الإعلام الإسلامى

المبادئ . النظرية . التطبيق

تأليف

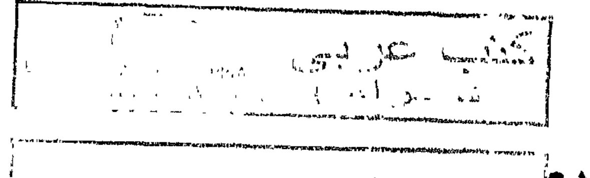
أ.د محمد منير حجاب

عميد كلية الآداب بسوهاج

ووكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب

رئيس قسم الإعلام

عميد آداب قنا سابقاً



دار الفجر للنشر والتوزيع

2002

الإعلام الإسلامى

المبادىء. النظرية. التطبيق

أ.د محمد منير حجاب

حقوق النشر
الطبعة الأولى 2002 م
جميع الحقوق محفوظة للناشر

رقم الإيداع
٢٠٠٢/٢٣٩٣
الترقيم الدولى I.S.B.N
977 - 5499 - 86 - 0

دار الفجــــر للنــــشر والتــــوزيـــع
4 شارع هاشم الأشقر ـ النزهة الجديدة ـ القاهرة
تليفون: 2944119 (00202)
فاكس : 2944094 (00202)

لا يجوز نشر أى جـزء من هذا الكتاب أو إختزان مادتـه بطريقة الإسترجاع أو نـقله على أى نحو أو بأى طريقة سواء كانت إلكترونية أو ميـكانيكية أو بخلاف ذلك إلا بموافقة الناشر على هذا كتابة ومقدمًا.

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾

صدق الله العظيم

الفهرس

القسم الثانى

الباب الأول

To: www.al-mostafa.com

مقدمة

رغم تعاظم الاتجاه نحو العولمة منذ مطلع التسعينات من القرن العشرين، ورغم اتجاهها لإحكام قبضتها إلا أن تأثير العولمة، وبخاصة العولمة الثقافية لا يتعدى القشرة الخارجية، بالذات فيما يتعلق بانتشار الثقافة الاستهلاكية.

فقد تجد الشاب أو الفتاة فى كثير من بلدان الشرق الأوسط ترتدى الجينز وتشاهد الأفلام الثقافية وتأكل الهامبرجر وتدخن السجائر الأمريكية ولكنها فى الوقت نفسه محجبة وتحرص على أداء الصلوات فى مواقيتها وتصوم رمضان وتودى شعائر العمرة والحج.

إن ثقافة العولمة إذا كانت لدى البعض لا تعنى فى جوهرها سوى سيطرة الثقافة الأمريكية، فهى لدى البعض الآخر جعلت الكثير من بلدان العالم تتجه أكثر من أى وقت مضى للتمسك بخصوصياتها الثقافية وكياناتها السياسية وتقاليدها وأصولها.

وفى بلداننا الإسلامية نجد أن الكثير من التيارات الإسلامية الشعبية والرسمية لم تسحرها العولمة الثقافية، بل على العكس أصبحت أكثر تشددا بشأن هويتها الثقافية وقيمها الأخلاقية وعقيدتها الإسلامية.. بل إنها استخدمت تقنيات العولمة ووسائلها الحديثة وشبكات الإنترنت والقنوات الفضائية للدعاية لنفسها وبث أفكارها وحججها وترويج خطابها الدينى والتنسيق بينها وبين أشقائها فى بلدان العالم الأخرى.

وفى هذا الإطار انبرى العلماء والمفكرون العرب والمسلمون، وعقدت المؤتمرات والندوات للبحث عن أفضل المرشحات اللازمة لحماية تراثنا وبيئتنا الثقافية، والتفكير فى أفضل السبل للحصول على أحسن ما لدى الآخرين من هذا التراث الثقافى.

وإذا كان لوسائل الإعلام الفضل الأكبر فى هيمنة الثقافة الأمريكية من خلال الأفلام والتليفزيون والكتب ومدن الملاهى ومن خلال المحتوى الإخبارى لوسائل الإعلام العالمية.

وإذا كانت عولمة الأنشطة الإعلامية تمثل أهم تطور إعلامى فى العقدين الأخريين

من الـقرن العشـرين.. وأهـم مـحدد لاتجاه تطـور هذه الأنشـطة خلال القـرن الحادى والعشرين.

فإن صحـوة الإعلام الإسلامى التى واكـبت نفس الفتـرة تعد أهـم تطور إيـجابى لاستيـعاب العولـمة الثقافيـة والإعلامية ومـعايشتـها والخروج بنا مـنها إلى بـر الريادة والأمان.

وما نحتاجه فقد هو تضافر جهود العلماء والمفكرين لاستكشاف المبادىء الأساسية للإعلام الإسلامى واستخلاص نظرياته وتحديد أفضل الأساليب لتطبيقاته العملية.

ففى إطار المبـادىء العامة والنظرية الإعـلامية الإسلامية نحتـاج أكثر من أى وقت مضى إلى تضافر الجهود لتفسير القرآن الكـريم إعلاميا وللتفسير الإعلامى للحديث النبوى الشريف وللسيرة النبوية المطهرة.

وبدون تكامل هـذه الشروح والتفسيرات لن نـتمكن من إحكام علـوم فقه الدعوة الإسـلامـية أو بمعنـى آخر، لن نـتمكن مـن تحديد المـعالم الأسـاسية لأحكـام الإعلام الإسلامى ولا من تحديد مبادىء الإعلام الإسلامى ولا من تحديد نظرياته.

وفى مجال التطبـيق لهذا التصور صدر لى قبل سنوات وبـالتحديد فى عام ١٩٩٥ كتاب التـفسير الإعلامى لصـحيح البخارى ـ لدار الفـجر ـ كما كانت هنـاك محاولة للمعهـد العالمى للفكر الإسـلامى لتفسير القرآن الـكريم إعلاميا، ما لبـث أن توقفت دون أن تكتـمل، ثم المحاولة الجادة لـكلية الدعـوة والإعلام بالرياض ـ جامـعة الإمام محمـد بن سعود الإسلاميـة ـ للتفسيـر الدعوى لصحيـح البخارى.. حيث قـام قسم الدعوة بـتقسيم صحـيح البخارى عـلى أكثر من عشـرين باحثا لـتفسيره من الـوجهة الدعوية فى إطار رسائل الماجستير والدكتوراه التى سجلت به.

وفى مجال التطـبيق لهذا التصور أيضاً صـدرت لى قبل عشرين عاما تقـريبا ثلاثة مؤلفات تـعالج الجوانب الأساسـية للإعلام الإسلامى: المبـادىء ـ النظرية ـ التـطبيق، وهى كتـب: مبادىء الإعلام الإسلامـى، نظريات الإعـلام الإسلامى، العروة الـوثقى دراسة تطبيقية لمقومات نجاح الصحافة الإسلامية.

والآن:

أمام الحملات العدائية التى تقوم بها وسائل الإعلام الغربية منذ أحداث ١١ سبتمبر بالولايات المتحدة الأمريكية، وأمام السموم التى تبثها هذه الوسائل ضد العرب والمسلمين تتزايد الأعباء على عاتق الإعلام المصرى والعربى لمواجهة هذه الافتراءات ولتوضيح الصورة الصحيحة للإسلام.

وتتزايد من ثم الحاجة للإعلام الإسلامى كإطار حاكم ومميز للممارسات الإعلامية:

- يعالج ثغرات التشريعات الإعلامية التى أوجدتها العولمة.
- ويساعد على حماية الحياة الخاصة للأفراد.
- والأمن القومى للمجتمعات.
- ويوقف التهديد الذى تمثله العولمة للذاتية الثقافية للأمم والشعوب الإسلامية.
- ويوفر العدالة للأمم والشعوب كافة فى تدفق المعلومات.

وغير ذلك من القضايا التى ينبغى أن يعالجها الإعلام الإسلامى ويقدم أفضل الحلول لها فى إطار البحث القائم حاليا حول نظرية إعلامية ونظام إعلامى يتوافق ومستجدات العولمة للقرن الحادى والعشرين.

ومن هنا تأتى أهمية إصدار هذا الكتاب بعنوان: الإعلام الإسلامى: المبادىء - النظرية - التطبيق، وفى هذا الوقت بالذات لتحديد معالم الطريق ولتشجيع الباحثين على البحث فى دروب الإعلام الإسلامى ولحث المسئولين عن الإعلام على تبنى الإعلام الإسلامى كأسلوب عمل وكنظام يعكس التميز الحقيقى لمجتمعاتنا الإسلامية فى هذا العصر الشائك.

أدعو الله سبحانه وتعالى أن يتقبل هذا الجهد المتواضع وأن يجعله خالصا لوجهه الكريم.

والله ولى التوفيق

المؤلف

سوهاج فى ٢ يناير ٢٠٠٢م

القسم الأول :

مبــادىء الإعــلام الإســلامى

فاتحة

أخذ الإعلام الإسلامى بمفهومين:

١ـ الكثرة العددية.

٢ـ الكفاءة الاتصالية.

والكثرة العددية تعنى أن يتحول كل أفراد المجتمع إلى رجال دعوة وإعلام يقومون بواجب الدعوة من ناحية، ومن ناحية أخرى بالتواصى على الخير، والتناهى عن الشر، أى بواجب الرقابة الذاتية، وهو الأ مر الذى يساعد على انتقال الأخبار داخل المجتمع الإسلامى وانتشار المعرفة.

كما يساعد هذا المفهوم أيضاً على سرعة إنتشار الأخبار والمعلومات داخل المجتمع الإسلامى، وبالصورة التى تتفق مع الطبيعة العالمية للدين الإسلامى.

ومن خلال هذا الانتقال السريع للمعلومات، وما يصاحبها من مناقشات، تظل الدعوة حية متجددة دائما فى نفوس الأفراد. وإذا أضفنا إلى ذلك الأمر للجميع بضرورة البحث عن المعرفة المتمثل فى قول الله عز وجل ﴿اقْرأ﴾ يتضح لنا مدى الطبيعة الإعلامية للدين الإسلامى.

ويتلخص مفهوم الكثرة العددية الذى ظل سائدا لفترة طويلة قبل الإسلام وأخذت به المدرسة العسكرية الإسلامية فى أن النصر يكون دائما فى جانب الأكثر عدداً وعدة، وهو الأمر الذى لم يتوافر للمسلمين فى بداية الدعوة. ولذلك استبدلت المدرسة العسكرية الإسلامية هذا المفهوم بمفهوم آخر هو الكفاءة القتالية بمعنى الاعتماد على الفرد المقاتل ومعنوياته وقدرته القتالية.

وعلى الرغم من ذلك فإن النظرية الإعلامية الإسلامية ظلت تأخذ بمبدأ الكثرة العددية إنطلاقا من إيمانها بضرورة أن تظل الروح الإسلامية حية فى نفوس جميع المسلمين.

ولن يتحقق ذلك إلا إذا أصبحت الدعوة الإسلامية مثار اهتمام الناس ومحور حديثهم فى أى موقع كانوا. ولهذا أوجب الإسلام الدعوة على كل فرد مسلم وحث على ممارستها قال تعالى: ﴿ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾ وقال ﷺ: «لأن يهدى الله بك رجلا خير لك من الدنيا وما فيها».

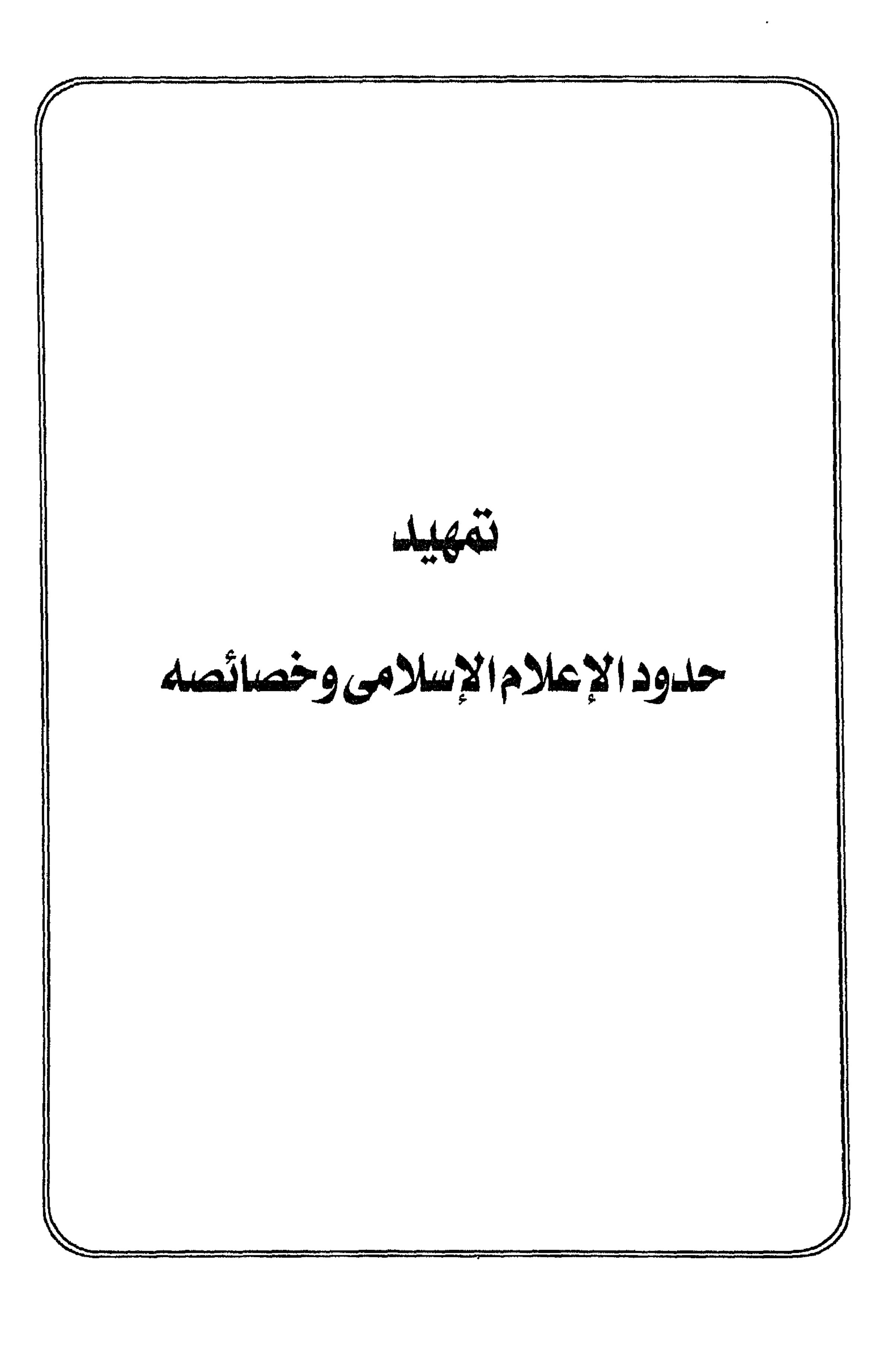
ويعكس اهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بمفهوم الكثرة العددية فى المجال الإعلامى مدى الأهمية الكبيرة التى أولتها لمعارك الكلمة. ذلك أنها حرب دائمة ومستمرة من أجل الوصول إلى الحقيقة، وإعلاء كلمة الحق والعدل والصدق.

أما المقدرة الاتصالية فتعنى القدرة على تحقيق الإقناع، والتأثير على الآخرين، وذلك باستخدام مختلف الأساليب والوسائل الفنية التى تضمنها القرآن الكريم وأوضحتها السنة النبوية.

وقد حاولنا فى سلسلة نظريات الإعلام الإسلامى والتى أصدرنا الجزء الأول منها أن نكشف الغطاء عن هذه الوسائل والأساليب المختلفة للدعوة.

أما فى هذه الدراسة فإننا نحاول أن نبلور المبادىء العامة للنظرية الإعلامية الإسلامية فى شكل يمكن أن يتكون منه استراتيجية عامة للإعلام الإسلامى، تحدد للعالم الإسلامى ما يستطيع أن يقدمه فى مجال الإعلام البناء، على ضوء العقيدة الإسلامية، وتعاليمها السمحة، التى تأمر المسلم بأن يكون صادقا فى كل شىء، فى حياته، وسلوكه وأفكاره، وصادقا مع نفسه ومع الآخرين، وأن يسقط من حسابه كل عمل أو قول يخل بهذا المنهج الدقيق الذى رسمه الإسلام للإنسان المسلم، وحرص اكمل الحرص على الإلتزام به.

والله ولى التوفيق،،



تمهيد

حدود الإعلام الإسلامى وخصائصه

يتحدد إطار الإعلام الإسلامى أو حدوده على ضوء مفهوم كلمة الدعوة، وكلمة الدعوة من الألفاظ المشتركة التى تطلق إسماً ويراد بها الدين، أى حقائق الإسلام وأركانه وتكاليفه، قال تعالى: ﴿له دعوة الحق﴾ أى دعوة التوحيد.

كما أنها تطلق مصدرا ويراد بها النشر والنداء والتبليغ [١].

وعلى ضوء المفهوم الأول لكلمة الدعوة تتحدد حدود الإعلام الإسلامى فى إطار شمولى يشمل كافة مناحى الحياة فى المجتمع الإسلامى، فيما يسمى بالإطار العام للإعلام الإسلامى.

أما المفهوم الثانى لكلمة الدعوة، فيحدد إطار الإعلام الإسلامى بالعمل على تكوين رأى عام صائب يعى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها فى معتقداته وعباداته ومعاملاته، وهذا ما يسمى بالإطار الخاص للإعلام الإسلامى أو الإطار الدينى. وسنحاول فيما يلى شرح مدلول هذين الإطارين.

أولاً: الإطار العام للإعلام الإسلامى:

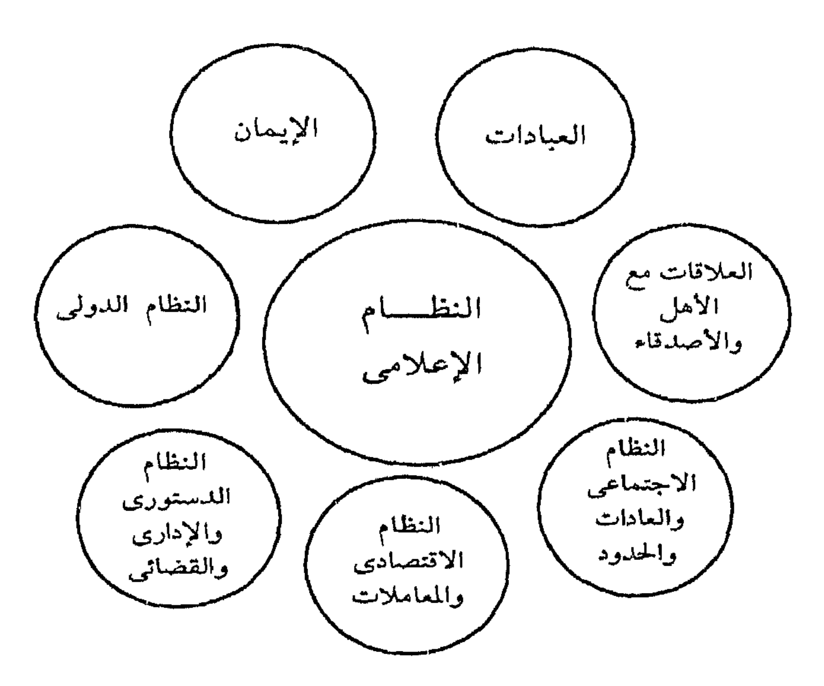
نستطيع أن نحدد الإطار العام للإعلام الإسلامى على ضوء شمولية الفكر الإسلامى وواقعيته. «فالإسلام كما أنزله الله استهدف تصحيح مسارات المجتمعات البشرية وتقنين قيمها وأخلاقها وتشريع قوانينها ودساتيرها، ولهذا فقد وضع الله أسس هذا الدين ومعالمه ومفاهيمه من خلال محك رئيسى: هو مدى قدرة هذاالدين على التطبيق فى النظم الاجتماعية، والسياسية، والقانونية، والاقتصادية[٢] ولهذا فهو يجمع فى إطار متسق جميع مشتملاته من عقيدة وعبادات ومعاملات وتشريعات وتوجيهات للأخلاق وللأداب العامة. وهذا الكل المتكامل ، يتكامل بتناسقه وارتباطه المنطقى والفكرى، وإعطائه الأهمية المتوازنة لكل من العبادات والتشريعات الاجتماعية والاقتصادية والبشرية، ويتكامل ثانيا بربط الإنسان بالمجتمع وثالثا بايجاد

(١) د. أحمد غلوش: الدعوة الإسلامية ـ أصولها ووسائلها ـ الطبعة الأولى ـ القاهرة ـ دار الكتاب المصرى ص ٩ ـ ١٢ .

(٢) د. مصطفى كمال: مصنفه النظم الإسلامية ـ الطبعة الأولى ـ القاهرة، مكتبة وهبة ١٩٧٨ ، ص ٥ ـ ١٨.

تلك الصلات القوية بين العبادة والسلوك، وبين العقيدة والعمل وبين الدنيا والآخرة.

وإذا كان الإعلام كما يقول الدكتور إبراهيم إمام «يعنى تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات والحقائق الثابتة والسليمة والتى تساعدهم على تكوين رأى صائب فى واقعه من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعتبر هذا الرأى تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم» (١). فإن الإعلام الإسلامى على



شكل رقم (١) يبين الإطار الشمولى للإعلام الإسلامى

ضوء هذا الإطار العام هو الإعلام الذى يعكس الروح والمبادىء والقيم الإسلامية، ويمارس فى مجتمع إسلامى، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحى الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والدينية والأخلاقية.. إلخ، وذلك كما يتضح من الشكل السابق:

ومن خلال هذا التفاعل بين النظام الإعلامى والأنظمة الأخرى التى يتضمنها

(١) د. إبراهيم إمام : الإعلام الإسلامى - الطبعة الأولى - القاهرة - الأنجلو المصرية ١٩٨٠ ص٢٧.

الرسم تتدعم القيم الإسلامية داخل المجتمع، ويرقى الإعلام إلى مستوى مواكبة هذه القيم وإبرازها لأداء دورها الحضاري.

ثانياً: الإطار الخاص للإعلام الإسلامي «الدعوة»:

يعني هذا الإطار أن الإعلام الإسلامي إنما هو إعلام موجه لهدف نشر كلمة الدين وإعلائه، ومعالجة القضايا الدينية، والعمل على إعداد رأى عام إسلامي يعي الحقائق الدينية، ويدركها، ويتأثر بها في جميع تصرفاته.

وتكاد تكون أغلب التعريفات التي قدمت للإعلام الإسلامي حتى هذه اللحظة تقصره على هذا الجانب فقط[١].

ويمكن تعريف الإعلام الإسلامي من هذه الزاوية بأنه جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فردا لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام، وهيئاته النوعية، وأفراده، بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والاقناع، وذلك بغرض تكوين رأى عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته.

خصائص الإعلام الإسلامي

يتميز الإعلام الإسلامي بمفهومه بمجموعة من الخصائص هي:

١ـ أن الإطار العام للإعلام الإسلامي ليس لأحد من البشر الفضل في وضعه، لأنه من الله سبحانه وتعالى.. أوحى به إلى نبيه ﷺ في كثير من الآيات التي حددت معالم الدعوة، وطرق الإقناع والتأثير.

٢ـ الارتباط الحي بين المبادىء العامة للإعلام الإسلامي وبين الممارسة الفعلية لها. وذلك من خلال تقييم الأساليب الإعلامية المختلفة للأنبياء والمرسلين وذلك في الآيات القرآنية العديدة التي بينت ذلك.. هذا من ناحية.. ومن ناحية أخرى فقد

(١) انظر للمؤلف كتاب نظريات الإعلام الإسلامي ـ الهيئة المصرية العامة للكتاب، طـ١، ١٩٨٢، ص١٦ ـ ٢٢.

استوعب المصطفى ﷺ هذه المبادىء، وصد عنها فى كل أقواله وتصرفاته، وقدم لنا المعالجة الحقيقية لمشاكل التطبيق الإعلامى.. وفى ميدان هذا التطبيق الحى استوعب الصحابة رضوان الله عليهم هذا المنهج الإعلامى والتزموا بحدوده ومبادئه. ثم توارث الدعاة والمسلمون هذا الفهم والاستيعاب جيلا وراء جيل.

٣- يستمد القائم بالاتصال الإسلامى إرادته من ذاته، فهو لا يمارس العمل الإعلامى إرضاءاً لفرد أو جماعة أو هيئة أو سلطة، وإنما إرضاءاً لذاته الراغبة فى شيوع الخير وانتشاره. وهو لهذا يعطى عن طواعية ورغبة ووعى أقصى ما يستطيع من قدراته.

٤- يعمل القائم بالاتصال الإسلامى فى إطار أهداف واضحة تماما ومحددة سلفاً.

٥- يتسم مضمون الرسالة الإعلامية للقائم بالاتصال الإسلامى بالدقة ويرتبط بالأهداف الموضوعة ويأخذ فى الإعتبار خصائص المستقبلين.

٥- الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية الإسلامية معروف مسبقاً ومحدد سلفاً بكافة خصائصه النفسية. وقد تعرضت أول سورة البقرة إلى بيان أنواع هذا الجمهور. وقسمته إلى ثلاثة أنوع: - جمهور المؤمنين بالدعوة - جمهور المنافقين: وهم الذين يظهرون الولاء للدعوة وقبولها ويضمرون عكس ذلك - وجمهور الكافرين بالدعوة.

٧- الأثر الإعلامى للإعلام الإسلامى محدد سلفا فى غرض الإبلاغ - مجرد الإبلاغ فقط - أما محاولة إملاء الإرادة والإقناع بالقوة فغير وارد تماما قال تعالى ﴿ لا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ﴾[١].

٨- القوة الذاتية للإعلام الإسلامى فى سرعة الانتشار وعلمية العمل الإعلامى وسلامة التخطيط ودقة التنفيذ وقياس الأثر لا تضارع بأى إعلام آخر. وقد تضمنت ذلك الآية الكريمة ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ﴾[٢].

---

(١) سورة البقرة آية ٢٥٦.

(٢) سورة يوسف آية ١٠٨.

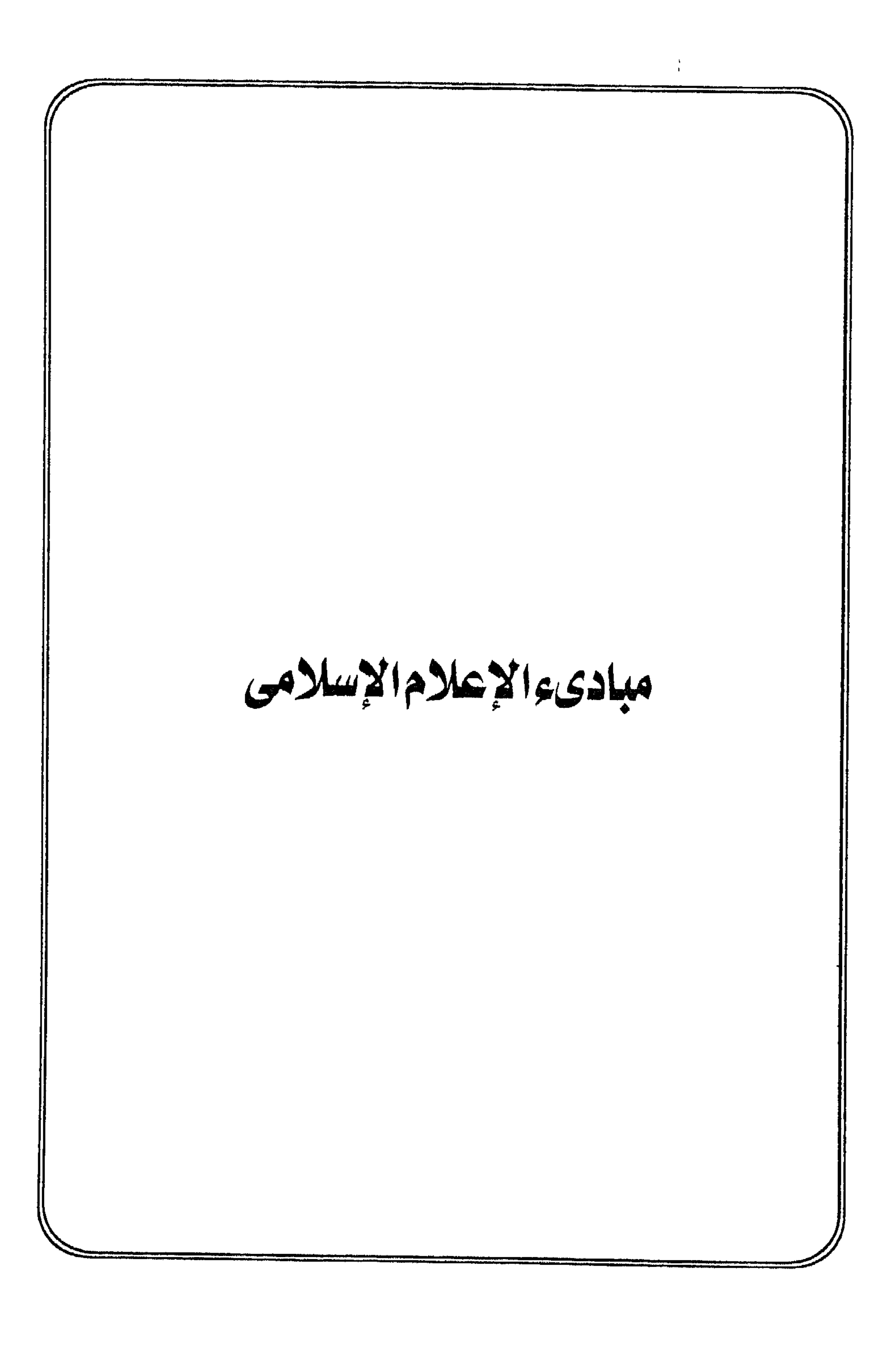
٩ـ اعتمد الإعلام الإسلامى الأسلوب الموضوعى القائم على التحليل والوضوح والتأمل. واتخاذ كافة الوسائل التى تنمى ملكة التفكير لدى الإنسان وذلك إيماناً منه بأهمية العقل إحترام الإنسان الذى يجب أن نتوجه إليه بالإقناع لا أن نجره جراً بواسطة الغرائز والعواطف والانفعالات.

١٠ـ الإعلام الإسلامى إعلام إيجابى، وليس إعلاماً سلبياً، ذلك أنه ينقى نفسه دائما من مختلف مسببات الضعف والدمار ، ويركز على أن يكون التغيير والتطوير دائما نحو الأفضل والأعلى فى كل ما يعمل الإعلامى من أجله، وذلك فى إطار مبادىء الإسلام وقيمه.

١١ـ يتسم الإعلام الإسلامى بأنه إعلام مطرد النمو،وقوته فى حركته إلى الأمام مستمدة من قوة دفع الأثر التراكمى للدعوة عبر جهود ملايين الدعاة لمئات السنين.

١٢ـ الإعلام الإسلامى إعلام وظيفى، فهو يستهدف تلافى كافة الأضرار الجانبية أو غير المتوقعة الناتجة عن توجيه الرسالة الإعلامية، وذلك من خلال اليقظة الكاملة والمتابعة المستمرة لكافة جوانب الظرف الاتصالى من قبل القائم بالاتصال.

١٣ـ الإعلام الإسلامى لا يفتعل الأحداث، ولكنه يرتبط بها إرتباطا وثيقا، وبصفة خاصة الأحداث التى يمكن استثمارها إعلاميا. ويحاول من خلالها أن يشد انتباه الناس إلى مواطن التأمل والعظة والعبرة. ولعل هذا هو السبب فى نزول القرآن متواتراً على مدى ثلاثة وعشرين عاماً ولم ينزل دفعة واحدة. ولذلك فإن القائم بالاتصال الإسلامى ليس مجرد ناقل للأخبار، وإنما هو ناقل للأخبار وداعية يقدم منهاجاً يخدم الدعوة ويبنى المجتمع ويحقق العدالة والاستقرار.



مبادىء الإعلام الإسلامى

تمهيد

ترتكز النظرية الإعلامية الإسلامية على محورين أساسيين:

١ ـ الإستراتيجية   ٢ ـ التكتيك

والإستراتيجية بصفة عامة تعنى «مجموعة الأفكار والمبادىء التى تتناول ميدانا من ميادين النشاط الإنسانى بصورة شاملة متكاملة، وتكون ذات دلالة على وسائل العمل ومتطلباته، وإتجاهات مساراته بقصد إحداث تغيرات فيه وصولا إلى أهداف محددة[١].

أما التكتيك فهو الوسيلة لتحقيق الهدف، أى الكيفية التى يتم بها تحويل المبادىء العامة إلى خطط طويلة ومتوسطة وقصيرة المدى، وتوقيت تنفيذها، والأساليب المستخدمة فى التنفيذ، وحصر وإستغلال كافة الإمكانيات البشرية والمادية والفنية من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة.

وقد أولت النظرية الإعلامية الإسلامية عنايتها للجوانب الفنية الخاصة بالتكتيك الإعلامى، إلا أن هذا الاهتمام يأتى فى المرتبة الثانية بعد الإستراتيجية الإعلامية ذلك لأنها تعنى الأساليب أو المعايير التى تستمد منها العملية الإعلامية الإسلامية كافة مكونات حياتها.

وسوف نتعرض فيما يلى من صفحات، وبتركيز شديد لمجموعة الأفكار والمبادىء العامة التى تتكون منها الإستراتيجية الإعلامية الإسلامية وذلك على النحو الآتى:

---

(١) د. محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية. مكتبة كمال الدين ـ القاهرة الطبعة الأولى ـ ص٢٩٢.

المبدأ الأول:

الطاقات والقدرات الأساسية

يعنى هذا المبدأ أن الإنسان كما خلقه الله طاقة، وتختلف هذه الطاقات من شخص إلى آخر . وتتمثل الطاقة فى كل ما خص به الإنسان من إمكانيات لممارسة أنواع معينة من السلوك، أى أنها الإطار الأساسى الذى يمارس الإنسان فى نطاقه الأنشطة والعمليات السلوكية المختلفة، أما المقدرة فتعنى الأفعال والتصرفات التى يستطيع الإنسان القيام بها. مثال ذلك أن الإنسان يستطيع القراءة والكتابة ومعنى ذلك أنه يتمتع بطاقة لممارسة هذا العمل. أما القدرة فتعنى إستطاعة القراءة والكتابة فعلا(١).

وتضع النظرية الإعلامية الإسلامية فى إعتبارها هذا ا لاختلاف فى قدرات الأفراد وطاقاتهم، وذلك حتى لا ترتفع بالفرد المسلم إلى مستوى التوتر والقلق الذى يسلمه إلى العجز ، وذلك لان الفرد عندما تقعد به إمكانياته عن تحقيق أهدافه، يصبح فى حاله يائسة. ولهذا تعاملت النظرية مع الإنسان وفى إطار إمكانياته أى فى إطار القدرة الفعلية الحقيقية. قال تعالى: ﴿ لا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلاَّ وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ﴾(٢)، وهذا التكليف ليس فى كل الحالات وإنما فى حالات القدرة فقط فالشخص المريض والنائم والناسى ليس محلا للتكليف حتى يسترد طاقاته وقدراته. ولذلك كان تحريم الخمر والمسكرات التى تجمد هذه الطاقات والقدرات الفردية(٣).

ومن مبدأ الطاقات والقدرات الأساسية إنبثق المبدأ الذى رفعه البلاغيون بعد ذلك وهو مراعاة مقتضى الحال والذى عبر عنه رسول الله ﷺ بقوله: «أمرت أن أخاطب الناس على قدر عقولهم» أى أن أراعى قدراتهم العقلية على الفهم والاستيعاب.

ولا يعنى مراعاة مقتضى الحال كما يتصور بعض الإعلاميين حديثا، الوصول إلى

(١) د. على السلمى: السلوك التنظيمى ـ مكتبة غريب ـ القاهرة ـ الطبعة الأولى ١٩٧٩ ص٧٤، ٧٥.
(٢) سورة البقرة اية ٢٨٦.
(٣) د. منير حجاب: نظريات الإعلام الإسلامى ـ القاهرة ـ الهيئة المصرية العامة للكتاب ـ ط١، ١٩٨٢، ص١٨٤.

درجة الإسفاف والإبتذال والتملق لعواطف الجمهور بقصد إجتذابه. كما أنه لا يعنى إهمال عواطف الجماهير تماما. فالإعلام الإسلامى حتى يساعد على إيجاد المواطن المتوازن، فهو يتوجه إلى عقل المواطن وقلبه وروحه، بمعنى أنه يوازن بين المتطلبات المنطقية والعاطفية والروحية لدى الإنسان، وفى نفس الوقت يراعى الاختلاف الكبير بين الأفراد فى هذه القدرات.

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ نابع من إيمانها بالفرد بإعتباره كيانا مستقلا متكاملا، فقبل أن توجب عليه مسئوليات، تحدد له حقوقاً، ومن هذه الحقوق: حق المعرفة والعلم والدعوة. بالقدر الذى يتفق مع إمكانياته وطاقاته وقدراته المنطقية والعاطفية والروحية، وبالصورة التى يشبع بها هذه القدرات المختلفة. ولهذا فإن الإعلام يجب ألا يهتم بجانب على حساب آخر، أو بطبقة على حساب أخرى، فيقدم للعامة ما يرضى أذواقهم وميولهم وللخاصة أيضا ما يرضيهم، مما يساعد بالتالى على إرضاء كافة احتياجات الجماهير المتنوعة، ويقى الإعلام أيضا من الوصول إلى درجة الإسفاف والابتذال التى يمكن أن يقع فيها عندما يعمد إلى إجتذاب الجماهير جذبا وتقديم الموضوعات التى تناسب أقل مستويات الجماهير ثقافة، وفرضها على جميع أفراد المجتمع بغض النظر عن مستوياتهم الثقافية والعقلية والعاطفية والروحية.

ولا يتيسر لرجال الإعلام ذلك إلا إذا كانوا على وعى كامل بجماهيرهم وحقيقة تكوينهم واحتياجاتهم الفعلية ومستوياتهم المختلفة وهذا ما عبرت عنه الآية الكريمة ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي﴾[1].

---

(١) سورة يوسف آية ١٠٨.

المبدأ الثانى:

الهدفية أو الإيجابية البنائية

تعنى الإيجابية البنائية فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية أن رجل الإعلام بعد أن يأخذ فى اعتباره طاقات الجمهور وقدراته يتحرك صوب هدف واضح ومحدد.

وتنحصر الأهداف كما حددتها النظرية الإعلامية الإسلامية فى خمسة أنواع(١):

١ـ هدف عدوانى أو إجرامى.

٢ـ هدف أنانى أو إنطوائى.

٣ـ هدف تعصبى.

٤ـ هدف إنسانى.

٥ـ هدف مثالى.

وهو أعلى الأهداف ويمثل المثل الربانية التى حددتها الآية الكريمة ﴿وَلِلَّهِ الْمَثَلُ الأَعْلَىٰ﴾(٢) كالرحمة والحق والعلم ونحوها مما تشتق منه الأسماء العليا.

وعلى ضوء الأهداف المثالية يتحدد هدف النظرية الإعلامية الإسلامية فى البناء الخلاق للواقع وللمجتمع ... فالقائم بالاتصال فى ظل هذه النظرية يتصل ليؤثر، ويؤثر دائما، وكل مضمون يقدمه يجب أن يحقق هذا الهدف، وكل همسة منه، وكل خطوة أو حركة، يجب أن يكون لها حساب، وأن ينظر إليها بقدر ما تحقق له من نجاح، بل إن النجاح السريع الخاتل إن لم ينظر إليه على ضوء مساهمته فى تحقيق الهدف النهائى فهو خسارة محسوبة عليه لا محالة.

وعندما ننظر إلى فتح مكة نجد أن رسول الله ﷺ عندما دخل مكة فاتحا، لم يبهره هذا النصر، ولم يدفع به إلى الانتقام أو التشفى ممن آذوه وأخرجوه من بلده، وإنما

---

(١) د. مصطفى كمال وصفى: مرجع سابق ص٣٠ ـ ٣١.

(٢) سورة النحل آية ٦٠.

وضع هذا الانتصار الحافل فى كفة ودعوته فى الكفة الأخرى، وتغلب على كل العوامل النفسية، وأصدر حكمه مدويا فوق الزمان وبكل ما امتلأ قلبه من حب ورحمة لأهله وحرص على هدايتهم «إذهبوا فأنتم الطلقاء» الأمر الذى هز قلوب مكة جميعا وأصابهم بما يشبه الصدمة العصبية التى طهرتهم ونزعت ما فى قلوبهم من غل وحسد وحقد فتباروا إلى الإيمان بالدعوة الجديدة وتفانوا فى الإخلاص لها، والعمل من أجلها، وكانوا من خير المدافعين عنها والحاملين لواءها. وبذلك تحول النصر العسكرى الرائع إلى انتصار حافل للدعوة الإسلامية[1].

فتحديد الأهداف التى يسعى المجتمع إلى تحقيقها فى مفهوم هذه النظرية وإعلائها صراحة يساعد على نجاح القائم بالاتصال، ولذلك كانت رسالات الأنبياء واضحة «ولم يكن فى دعواتهم شيء غامض أو مستتر فى ذلك يقول تعالى حكاية عن موسى وهارون عليهما السلام ﴿وَآتَيْنَاهُمَا الْكِتَابَ الْمُسْتَبِينَ (١١٧) وَهَدَيْنَاهُمَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ﴾[2].

ومفهوم هذا المبدأ بالنسبة للقائمين بالاتصال يعنى أن يكون للصحيفة أو المجلة أو محطة الإذاعة أو التليفزيون هدف واضح يتفق مع المثل العليا، وتعكسه فى كل مضمون تقدمه بغض النظر عن الشكل الإعلامى الذى يوضع فيه، وأن يتفق هدف هذا المضمون مع أهداف الموضوعات الأخرى داخل الصحيفة أو المجلة مثلا . كما يجب أن تتفق الأهداف العامة للمؤسسات الصحفية مع بعضها البعض. وأيضا مع أهداف المؤسسات الإعلامية الأخرى ومع أهداف القائمين بشئون الدعوة الدينية، وبحيث تصبح الأهداف العامة لكل هؤلاء ترجمة لحقيقة واحدة وهى البناء الخلاق للواقع والمجتمع ويكون لسان حال القائمين بالاتصال فى كل موقع متمشيا مع قول الله عزوجل فيما يحكيه عن نبيه شعيب فى قوله لقومه: ﴿إِنْ أُرِيدُ إِلاَّ الإِصْلاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلاَّ بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ﴾[3].

---

(١) د. منير حجاب: مرجع سابق ص١٣٦ ـ ٤١

(٢) صورةالصافات آية ١١٧، ١١٨.

(٣) سورة هود آية ٨٨.

المبدأ الثالث:

التوازن الإعلامى

ينبع مبدأ التوازن الإعلامى فى الإسلام من فكرة الوسطية التى أقرتها الآية الكريمة ﴿ وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِّتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ ﴾(١) وأكدها الحديث «خير الأمور الوسط».

والوسطية فى الإعلام الإسلامى تعنى الموازنة بين عنصرى عملية الاتصال المرسل والمستقبل، أو الداعية والجمهور، فالقائم بالاتصال وهو يعد شروحه وتفسيراته لقواعد الدين، أو وهو يقدم تحليلاته لمشاكل الحياة وأخبارها، أو وهو يحدد أهدافه، محكوم بجمهور يقف أمامه فى الكفة الأخرى يقظا وواعيا لكل ما يقدم له، ومتنبها لأى خروج عن إطار الدلالة الإسلامى من قبل القائم بالاتصال ليوجهه ويردده.

وفى إطار هذا التوازن، تتحقق وظائف الإعلام فى المجتمع، فيزود القائم بالاتصال الجمهور بالأخبار الصحيحة والمعلومات السامية، لا وفق أهوائه وميوله أو ميول المؤسسات الإعلامية التى يعمل بها، وإنما وفقا للمبادىء السامية التى تأخذ بيده نحو الموضوعية فى الإعلام، وليست الموضوعية المجردة، وإنما الموضوعية الهادفة التى تحقق الاستقرار للمجتمع(٢).

كما يتحقق فى إطار هذا التوازن أيضا احترام شعور الإنسان بذاته كعقل ووعى متميز عن البدن، فلا يفرض القائم بالاتصال دعوته عليه، ولا يسوقه سوقا، ولا يعمد إلى استثارة غرائزه وعواطفه، لأن شعاره مستمد من قوله تعالى ﴿ لا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ﴾(٣).

فضلا عن أن الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية له حق المراقبة، وحق الضغط

(١) سورةالبقرة آية ١٤٣.

(٢) د. منير حجاب: مرجع سابق ٣٤ ـ ٣٦.

(٣) سورة البقرة آية ٢٥٦.

الاجتماعى على القائمين بالاتصال إذا خرجوا على الأهداف الأساسية المعلنة التى أقرها الإسلام. ولذلك فقد أعطى الحصانة لإجماع الجمهور على موقف معين يروى صاحب الذخيرة عن رسول الله ﷺ «لا تجتمع أمتى على خطأ» فاجتماعها على أمر يدل على أنه صواب.

ولا شك أن شعور القائمين بالاتصال بهذه الرقابة الاجتماعية من شأنه فى حالة إفتقاد الدافع الذاتى، أو الرقابة الذاتية، أن يجعل القائم بالاتصال يراجع نفسه ألف مرة قبل أن يقدم أخبارا أو معلومات أو حقائق كاذبة. خاصة وأنه يعرف مقدما أنه مرفوض من الجماهير التى تقيم رسائله على ضوء إطار الدلالة الإسلامى.

والجمهور فى مفهوم التوازن الإعلامى كيان واع وقادر على التفكير وعلى إتخاذ القرار. ليس ككيان متكامل، وإنما كأفراد مستقلين. وبحكم وحدة الإطار الدلالى الإسلامى الذى يتحركون فى نطاقه فإن القرارات التى ينتهون إليها تكون متقاربة. ولذلك حثت النظرية الإعلامية الإسلامية الأفراد على التفكير المستقل، بحيث يفكر كل فرد على حده، أو كل إثنين، لأن ذلك أدعى إلى إعمال الفكر قال تعالى: ﴿ قُلْ إِنَّمَا أَعِظُكُم بِوَاحِدَةٍ أَن تَقُومُوا لِلَّهِ مَثْنَىٰ وَفُرَادَىٰ ثُمَّ تَتَفَكَّرُوا مَا بِصَاحِبِكُم مِّن جِنَّةٍ﴾[1].

وفى هذا الإطار يتخذ كل فرد قراره، ومن مجموع هذه الآراء يتكون رأى الجماعة، وهو هنا بلا شك رأى واع، لأنه ناتج عن إعمال فكر . وليس ناتجا عن إحساس بالسلطة التى لا تقهر أو شعور القطيع والانقياد كما يقول علماء الاجتماع.

ففى مواجهة القائم بالاتصال تنبع من ثم مسئوليات الجمهور فعندما يسعى بعض القائمين بالاتصال بالنميمة والكذب والإشاعات داخل المجتمع الإسلامى فإن على الجمهور أن يتحقق من مدى صحة هذه الأخبار ويدرسها جيدا ليقف على أسبابها ومسبباتها، ومدى صدقها وكذبها، وذلك قبل أن يتخذ أى موقف. قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾[2].

---

(١) سورة سبأ آية ٤٦.

(٢) سورة الحجرات اية ٦.

كما أن للجمهور أيضا أن يستعين بأهل الرأى والخبرة من المتخصصين وغيرهم من الذين يوثق بهم لتفسير الأحداث ومساعدته على حسن إدراكها. قال تعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُوْلِي الأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ﴾[1].

ولا يعنى هذا إهمال شأن القائم بالاتصال، وترك الحبل له على غاربه يفعل ما يشاء، وإنما حددت له النظرية الإعلامية الإسلامية مدى ما ينتظره من عقاب إن هو تعمد إشاعة الأخبار الكاذبة، أو تفريط فى أمانة الكلمة ومسئولياتها. يوضح ذلك حديث رسول الله ﷺ فيما أخرجه أبو الدرداء رضى الله عنه: أيما رجل أشاع على رجل مسلم بكلمة وهو منها برىء يشينه فى الدنيا، كان حقا على الله تعالى أن يدنيه يوم القيامة فى النار حتى يأتى بأنفاذ[2] ما قال» أما من يصحح مثل هذه الأخبار، فكما قال رسول الله ﷺ «من ذب عن عرض أخيه بالغيبة كان حقا على الله أن يقيه النار».

بل إن القائم بالاتصال فى كل كلمة أو موقف عليه أن يتحرى الصدق والإخلاص، وأن يبذل قصارى جهده لكلمة الحق، ومن ذلك ما رواه أبو سعيد الخدرى عن رسول الله ﷺ قال «لا يحقرن أحدكم نفسه أن يرى أمراً لله تعالى عليه فيه مقال، فلا يقول فيه، فيلقى الله وقد أضاع ذلك، فيقول: ما منعك أن تقول فيه؟ فيقول: يا رب خشية الناس. فيقول: فإياى كنت أحق أن تخشى».

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار مبدأ التوازن الإعلامى تأكيد إحترام القائمين بالاتصال بالجمهور، وإستبعاد فكرة القطيع فى التعامل مع هذا الجمهور، فهو جمهور عاقل وواع وناضج، ويجب أن يحرص الإعلاميون على رفع مستوى ثقافته ووعيه والسمو بذوقه حتى يتمكن من أن يكون هو نفسه بعد ذلك حكما على هؤلاء الإعلاميين يتقبل منهم ما يتفق والذوق الإسلامى والقيم الإسلامية ويرفض ما لا يتفق معها.

وبذلك حمت النظرية الإعلامية الإسلامية المجتمع الإسلامى من الأخطاء التى

---

(١) سورة النساء اية ٨٣.

(٢) أنفاذ: إثبات

يمكن أن تنشأ عن إضعاف المقدرة الدفاعية للجمهور، أو مقدرته على مراقبة القائمين بالاتصال وتقييمهم. وبالتالى تحديد قيمتهم الفعلية ومقدرتهم التأثيرية.

وهذا عكس ما أخذت به نظريات الإعلام الحديثة. فانطلاقا من رغبتها فى الكسب المادى السريع عملت على إضعاف ذوق الجمهور، وإفساد تربيته، وتخدير عقله، وبذلك جعلته فى وضع المستسلم الذى يتقبل كل ما يقدم له حتى ولو كان تافهاً أو مدمراً لكيانه، دون دراسة أو عناء ودون أن يكون له أى حق فى الاختيار الموضوعى.

المبدأ الرابع:

المقدرة الإختيارية

من المبادىء الهامة التى أقرتها النظرية الإعلامية الإسلامية مبدأ المقدرة الإختيارية. وهو فى حقيقته ليس سوى نوع من التوازن الداخلى بين الإنسان ونفسه، سواء كان مرسلا للرسالة الإعلامية، أو مستقبلا لها.

وهذا التوازن محكوم بمدى قدرة الإنسان على الإختيار بين الخير والشر. أى بمدى قدرته على تهيئة الظروف لإنماء القوى الموجودة فعلا لديه على أحسن وجه ممكن، وذلك بتنمية القوى التى تدفع للخير، ومحاولة تعديل القوى التى تدفع إلى الشر، وتوجيهها نحو فعل الخير. قال تعالى: ﴿وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا (٧) فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا (٨) قَدْ أَفْلَحَ مَن زَكَّاهَا (٩) وَقَدْ خَابَ مَن دَسَّاهَا ﴾[١].

وللنظرية الإعلامية الإسلامية أسلوب فريد فى تنمية المقدرة الإختيارية وتدعيمها لدى الفرد. واستخدمت لذلك سلاح الغرائز، فسيطرت على غريزة عن طريق غريزة أخرى أقوى منها، ثم ربطت بينها ـ الغريزة ـ وبين العبادات الإسلامية وجعلت السلوك الناتج بدفع الغريزة عبادة إسلامية بحتة. ولتوضيح ذلك نأخذ غريزة من أهم الغرائز لدى الإنسان ولتكن الغريزة الجنسية، فإن النظرية الإعلامية الإسلامية إيمانا منها بمدى الأضرار الاجتماعية والنفسية والخلقية التى يمكن أن تترتب على سيطرة هذه الغريزة على سلوك الفرد عمدت إلى مقاومتها عن طريق غريزة أقوى منها، وأكثر الحاحا على الفرد وهى غريزة البحث عن الطعام التى تفرض نفسها على الإنسان مرتين أو أكثر يوميا ، كما أن عدم إشباعها يمكن أن يفضى بالمرء إلى الهلاك، وحثت الفرد على تنظيم إشباع هذه الغريزة. يقول ﷺ: «نحن قوم لا نأكل حتى نجوع وإذا أكلنا لا نشبع». كما خصصت شهرا كل عام لتعويد الفرد على تنظيم إشباع هذه الغريزة، وجعلت السلوك الناتج عن ذلك عبادة إسلامية بحتة، هى الصوم، وجعلته

---

(١) سورة الشمس آية ٧ ـ ١٠.

شيئا بين العبد وربه كما يقول الحديث القدسى «كل عمل ابن آدم له إلا الصوم فإنه لى وأنا أجزى به» لأن الرقابة هنا ذاتية، وليس هناك ما يمنع المرء من تناول الطعام خفية سوى الخوف من الله.

وعندما يقوى الإنسان فى مواجهة غريزة الطعام، ويقوى لديه دافع الخوف من الله تقوى عزيمته، ويصبح أقدر على إتخاذ القرار الحكيم فى مواجهة غرائزه الأخرى، وعلى رأسها الغريزة الجنسية، فلا يترك نفسه لجماحها، أو لتسلط غريزة وسيطرتها. وبذلك يتحقق له الاستقرار الذاتى والتوازن النفسى الداخلى.

ومن خلال هذا التوازن تتأكد للإنسان مقدرته الاختيارية فهو يختار ما عرض نفسه له من مادة إعلامية. وفى كلتا الحالتين. فإن الاختيار محدد بضرورة أن تكون وجهته المنفعة البشرية بصفة عامة، والنفع الفردى الخاص بالإنسان بصفة خاصة.

والنظرية الإعلامية الإسلامية بإقرارها لهذا المبدأ وجه نظر الإعلاميين إلى الدوافع الأساسية للسلوك الإنسانى والمتمثلة فى الغرائز، وتحدد لهم أسلوب التعامل معهم، بالصورة التى تجعلهم يتعاملون مع دوافع السلوك الإنسانى بحذر وحكمة، فلا يركزون على الغريزة الجنسية مثلا ويعلون شأنها وقيمتها ويصبح كل همهم هو إثارة الجمهور ودفعه نحو إشباعها بكل ما يترتب على ذلك من أضرار إجتماعية، كما لا يركزون أيضاً على إذكاء غريزة الخوف بتقديم الأخبار الخاصة بالجرائم والحروب كما تحفل بذلك وسائل الإعلام الحديثة.

أما الدور الحقيقى للإعلام فينحصر فى نطاق هذا المبدأ فى مجرد العرض الموضوعى للحقائق والأحداث بغرض تقديم كافة المعلومات الضرورية التى تساعد الفرد على أن يكون لنفسه رأياً وأن يحدد موقفاً تجاه القضايا المختلفة. وذلك لأن للفرد فى النظرية الإعلامية الإسلامية المقدرة الاختيارية الكاملة، والمسئولية الكاملة أيضاً على الاختيارات التى يتخذها، وبذلك يتكون الرأى العام الواعى الناضج الذى يعتمد عليه المجتمع الإسلامى فى الرقى والنهوض والتقدم.

المبدأ الخامس:

المسئولية الذاتية

تخضع عملية الانتقاء والاختيار والتفضيل بين أنواع المضامين المختلفة لنوع من التصفية الذاتية من القائم بالاتصال فهو بحكم مراقبة الله له وخشيته الدائمة منه، وبحكم الضمير الحى الذى كونته لديه النظرية الإعلامية الإسلامية فإنه مطالب بأن يستعرض كل ما يقدمه على هذا الضمير فما استراح له قلبه واطمأن له ضميره قدمه لجماهيره، وما يعجز عن تقديمه، أو لاتعاونه الظروف المحيطة على آدائه فله ثواب النية الصادقة.

وبذلك جعلت النظرية الإعلامية الإسلامية للمسئولية الذاتية للقائمين بالاتصال إطار محدد يحكمها وينظمها، ويتألف هذا الإطار من عنصرين هما:

١ـ الضمير.　　　　　٢ النية.

ويعتبر الضمير من أهم مقومات النظرية الإعلامية الإسلامية فلقد نجحت فى تحويل القيم والأنماط الإسلامية إلى وازع داخلى وجعلته هاتفا للخير ومروضا للغرائز ومحدا للنزوات حتى يغالب جانب الشر الذى لا يمكننا أن نبرىء أية نفس بشرية منه. قال تعالى: ﴿ وَمَا أُبَرِّئُ نَفْسِي إِنَّ النَّفْسَ لأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ إِلاَّ مَا رَحِمَ رَبِّى إِنَّ رَبِّى غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴾(١).

وهذا الوازع الداخلى هو الذى يذكرنا دائما بوجود الله ويشعرنا بقربه فهو أقرب إلينا من حبل الوريد. قال تعالى: ﴿ وَلَقَدْ خَلَقْنَا الإِنسَانَ وَنَعْلَمُ مَا تُوَسْوِسُ بِهِ نَفْسُهُ وَنَحْنُ أَقْرَبُ إِلَيْهِ مِنْ حَبْلِ الْوَرِيدِ ﴾(٢).

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من تنمية الضمير هو تقوية مقاومة الإنسان للشر وتنمية دوافع الخير فى نفسه. وبذلك يقوم الفرد بدراسة متوازنة للاستجابة

(١) سورة يوسف اية ٥٣.　　　(٢) سورة ق آية ١٦.

حتى تتفق مع القيم الإسلامية، أما إذا كانت الاستجابة لا تتمشى معها فلا شك أن الهدف النهائى للفرد من الاستجابة وهو تحقيق الإستقرار والتوازن لن يتحقق حيث سيظل هناك نوع من الإحساس بالذنب وعدم الاستقرار يلازمه كلما إتخذ استجابة لا تتمشى مع القيم الإسلامية. وبذلك تتكون لدى الإنسان عادة المحاسبة الداخلية وهى التى قصدها الحديث الشريف: «حاسبوا أنفسكم قبل أن تحاسبوا، وزنوا أعمالكم قبل أن توزن عليكم» أى أن كل إنسان يجب أن يراجع نفسه ويحاسبها حساباً عسيراً قبل أن يحاسب، وذلك على سبيل الوقفة التى قد تعيده إلى الطريق إذا كان قد تنكبه، قال تعالى: ﴿فَكَيْفَ إِذَا جَمَعْنَاهُمْ لِيَوْمٍ لاَّ رَيْبَ فِيهِ وَوُفِّيَتْ كُلُّ نَفْسٍ مَّا كَسَبَتْ وَهُمْ لا يُظْلَمُونَ﴾(١) . ﴿يَوْمَ تَجِدُ كُلُّ نَفْسٍ مَّا عَمِلَتْ مِنْ خَيْرٍ مُّحْضَراً وَمَا عَمِلَتْ مِن سُوءٍ تَوَدُّ لَوْ أَنَّ بَيْنَهَا وَبَيْنَهُ أَمَداً بَعِيداً﴾(٢).

ويستمد الحساب الذاتى للنفس مقوماته من مبدأ المسئولية الذى أقرته النظرية الإعلامية الإسلامية فى أكثر من موضع. قال تعالى: ﴿كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ﴾(٣). ﴿وَلا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ﴾(٤) ﴿وَمَن يَكْسِبْ إِثْمًا فَإِنَّمَا يَكْسِبُهُ عَلَىٰ نَفْسِهِ﴾(٥) .

أما النية فهى الرغبة أو الميل للاستجابة لمنبه ما، بصورة معينة، أو بمعنى آخر هى الاستجابة الداخلية غير الظاهرة لمنبه ما وترجع أهمية النية إلى أنها تساعد على تحديد الشكل النهائى للاستجابة كما أنها تهىء الفرد لهذه الاستجابة، ولذلك فدورها هام فى عملية تنسيق المعلومات أى عندما يختار الفرد بين المنبهات التى يتعرض لها. وهذا هو السبب فى اهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالنية إلى درجة جعلها شرطاً لأداء جميع العبادات والشرائع، وممارسة كل الأعمال قال رسول الله ﷺ: «إنما الأعمال بالنيات. وإنما لكل إمرىء ما نوى» فمجرد تحقق الاستجابة الداخلية حتى وإن لم تقترن بالاستجابة العلنية كاف من وجهة نظر النظرية الإعلامية الإسلامية.

---

(١) سورة آل عمران آية ٢٥.
(٢) سورة آل عمران آية ٣٠.
(٣) سورة المدثر آية ٣٨.
(٤) سورة الأنعام آية ١٦٤.
(٥) سورة النساء آية ١١١.

حيث سيؤدى وجود هذه الاستجابة الخفية إلى استجابة أخرى علنية أى إلى السلوك المطلوب والمحدد وفقا للمنبه، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، فإن التلازم بين الاستجابتين يعنى أن الفرد سوف يظل يسلك نفس السلوك مهما تعددت وتنوعت المنبهات التى يتعرض لها.

ومن خلال إحساس الفرد أو القائم بالاتصال بمسئوليته الذاتية حيال كل تصرفاته، وما يصدر عنه من أقوال، وحيال ما يجول بنفسه من خواطر، وإحساسه بضرورة أن تواكب النية العمل أو القول، وعبر عمليات الحساب الذاتى أو الضمير الذى يعطى القوة والشرعية لهذه التصرفات والأقوال، تتأكد لنا الأهمية الحقيقية لمبدأ المسئولية الذاتية الذى أخذت به النظرية الإعلا مية الإسلامية فى إيجاد الإنسان الواعى القادر على تحمل مسئولياته والسير فى أرض الله وتعميرها بمنهاج الله.

المبدأ السادس:

الصدق الذاتى

نقطة البداية فى النظرية الإعلامية الإسلامية هى الفرد، سواء كان مرسلا للرسالة الإعلامية أم مستقبلا لها. وهى لا تتعامل مع ظاهر هذا الفرد المتمثل فى أقواله، وسلوكه، وتصرفاته. البادية منه. وإنما يعنيها باطن هذا الفرد، ومدى إتساق هذا الباطن مع ظاهره. ومن هنا تأتى أهمية الصدق، وبصفة خاصة الصدق الذاتى أو صدق الإنسان مع نفسه.

وقد قدمت النظرية الإعلامية الإسلامية ثلاث مستويات للصدق هى:ـ

١ـ صدق الأفعال: ويمثل الجانب الظاهرى للعمل.

٢ـ صدق الأقوال: ويعنى أن القائم بالاتصال لا يقول إلا صدقاً، وهذا النوع من الصدق يهدى إلى البر كما يقول الحديث الشريف. والبر يهدى إلى الجنة. وإن الرجل ليصدق حتى يكتب عند الله صديقا.

٣ـ أما النوع الثالث من الصدق والذى يهمنا هنا. فهو الصدق الذاتى. أى الصدق فى النيات. وترجع أهميته إلى أنه يسبق العمل، ويجعل الفرد بقلبه وقالبه مع هذا العمل، وهذا يعنى طيب باطن الفرد، وأنه ليس لديه ما يخفه. كما أنه يعكس من ناحية أخرى أقصى درجات الاقتناع والإيمان بالعمل. فالإنسان قد ينافق فى قوله، فيقول مالا يقتنع به، وقد يعمل عملا على سبيل المجاملة أو الخوف، ولكنه لا ينافق فى النية أبداً، لأنها شيء داخلى بين العبد وربه ولا يطلع عليه سواهما . فالإنسان الذى يصدق فى قوله وعمله، ولا يتوافر له الصدق فى النية لا يعتبر صادقا، كما أنه لا يصل أبداً إلى مرحلة الاقتناع الكامل والاخلاص للعمل، ولذلك فإن الصدق الذاتى فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية يعنى أن يطابق الإنسان بين نواياه،

وأقواله وتصرفاته، وبالتالي يعنى ألا يقول إلا ما يفعله فعلا.. وهذا ما عبرت عنه الآية الكريمة ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لا تَفْعَلُونَ ۝ كَبُرَ مَقْتًا عِندَ اللَّهِ أَن تَقُولُوا مَا لا تَفْعَلُونَ﴾(١).

على أن تحقيق هذا الصدق يحتاج إلى إيجابية من الإنسان فهو يجب أن يبدأ بنفسه، وأن يأخذها بما يدعو إليه قبل أن يدعو الآخرين إليه. قال تعالى: ﴿أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنسَوْنَ أَنفُسَكُمْ﴾(٢) وبذلك ترتفع النظرية الإعلامية بالفرد المسلم إلى درجة التمثيل الحى للمبادىء الإسلامية أى أن يصبح سلوكه مطابقاً لقوله.

وبفضل هذا المبدأ يتأكد للقائمين بالاتصال المقدرة على الاقناع والتأثير حيث سيطمئن الجمهور إليهم ويثق بهم.

وهناك دراسات عديدة تبين أثر صدق القائم بالاتصال ومن الأبحاث التى أجريت حول هذه الصفة تبين أن مضمون الرسائل الموجهة من مصادر يقل تصديق الجمهور لها لا يعتد بها لأنها تعتبر فى نظره منحازه وغير موضوعية، كما أثبتت الأبحاث أيضاً أن عدم تأثر آراء الجمهور فى حالة قلة تصديقه للمرسل أو رجل الإعلام يرجع إلى أن تصديق المستقبل يؤثر على دوافعه نحو قبول ما ينتهى إليه المرسل من استنتاجات(٣). ولهذا عرف كافة أنبياء الله ورسله بالصدق، فلم يبعث الله نبيا إلا وشهد له قومه بالصدق قبل أن يبعث «مثلما حدث من مشركى مكة فقد شهدوا لمحمد ﷺ بذلك ونعتوه بالصادق الأمين».

ونظرا لأهمية هذا المبدأ فى مجال الإقناع والتأثير فقد حثت النظرية الإعلامية الإسلامية كافة القائمين بالاتصال على ضرورة الإلتزام به.

فدعت أولا إلى صدق المواجهة مع النفس فلا يقدم شيئا لا يقتنع هو نفسه به أو

---

(١) سورة الصف آية ٢، ٣.

(٢) سورة البقرة آية ٤٤.

(٣) د. محمد محمد البادى: البنيان الاجتماعى للعلاقات العامة - القاهرة - الأنجلو المصرية ١٩٧٨ ص ١٨٧ - ١٨٨.

يضطر لإظهار اقتناعه به.. وثانيا إلى صدق العمل، أى أن يتحول اقتناعه بهذا الشيء أو الإسلوب إلى سلوك يصدر عنه فى تصرفاته وأفعاله، وثالثا إلى صدق القول بمعنى الا يقول إلا صدقاً.

وبذلك تحمى النظرية الإعلامية الإسلامية هؤلاء الإعلاميين من مختلف أنواع التناقض: بين قوله وعمله، وبين عمله ونيته، وأيضاً من التناقض داخل إطار المضمون الذى يقدمه، فلا يقول اليوم ما يتناقض مع ما قدمه بالأمس...

المبدأ السابع:

الذاتية الإعلامية

مبدأ الذاتية الإعلامية من المبادىء التى أخذ بها الإعلام الإسلامى، ويعنى التسيير الذاتى للفرد تجاه التعرف على النفس والكون والحياة بهدف تحقيق التفوق والشعور بأهلية الوجود وتدعيم الرغبة الداخلية فى الإبداع، والإخلاص فى هذا الإبداع، وذلك بتوفير كافة المقومات التى تساعد على تحسين وتطوير هذا الاتصال إبتداء من تعلم القراءة إلى تأمل الأشياء، فتعمق الأحداث، وتحسن تفسيرها. قال تعالى: ﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ﴾(1) و ﴿قُلْ سِيرُوا فِي الأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكَذِّبِينَ﴾(2). ﴿ وَفِي الأَرْضِ آيَاتٌ لِّلْمُوقِنِينَ ﴾(3) ﴿ وَفِي أَنفُسِكُمْ أَفَلا تُبْصِرُونَ ﴾(4) ﴿ وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾(5).

فالسعى من أجل الحصول على المعلومات دافع ذاتى حرص الإسلام على تنميته لدى أتباعه، وحث لذلك على تعلم القراءة كحد أدنى، وعلى إكتساب المعرفة المتخصصة بعد ذلك. كما أنه لم ينف دور التأمل والتفكير فى مواجهة الأحداث والمواقف المختلفة.

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ هو زيادة وعى الفرد؛ وتأكيد قدرته الذاتية على إتخاذ القرار. فالإنسان حر فى الحصول على أكبر قدر من المعلومات ثم هو بعد ذلك حر فى تبنى الرأى، أو إتخاذ الموقف الذى يؤمن به، ومسئول مسئولية كاملة عن هذا الرأى أو الموقف، فضلا عن أن هذا المبدأ يزيد من مقدرة الفرد على التمييز بين الحق والباطل وبين الخير والشر والخطأ والصواب، والهدى والضلال، والحسن والقبيح، ويجعل منه مواطنا إيجابيا يستجيب للأحداث

---

(1) سورة العلق آية ١.
(2) سورة الأنعام آية ١١.
(3) سورة الذاريات آية ٢٠.
(4) سورة الذاريات آية ٢١.
(5) سورة طه آية ١١٤.

ويتفاعل معها ويؤثر عليها فى عملية تبادلية تشبه فى جوانب كثيرة ظرف الاتصال بين فردين.

وبذلك لا يكـون الأفراد مجرد ذرات أو حبات من الـذرة أو القمح تتأثـر بشكل واحد مثـل الإنسان الآلى، وتسـتجيب وفقا لمـا يقدم لها، كـما فعلت أجـهزة الإعلام الحديثة بجماهيـرها حاليا، وقد أكد ذلك المفكر الأمريكى «جلـبرت سيلدز» بقوله إن وسائل الاتصال والإعـلام سوف تخلق أمة من البـشر يستجيبون مـثل الإنسان الآلى. على أساس أن تأثير وسائل الإعلام على الأفراد يكون تأثيراً مباشراً، وأنهم سلبيون لا حول لهم، يتلقون مـا تقدمه لهم وسائل الإعلام، ويستجيبون بـشكل نمطى واحد على الرسائـل الإعلامية الأمر الذى يـقضى فى النـهاية على طـاقات الأفراد المختلفـة على الإبداع، هذه المقدرة التى لا يستـغنى عنها أى مجتمع يسعى لتنمـية قدراته وإمكانياته وتحقيق ذاته، وهو ما حرصـت النظرية الإعلامية الإسلامية على تأكـيده بإقرارها لهذا المبدأ.

وعلى هـذا فإن وسائل الإعـلام فى مفهـوم النظريـة الإعلامية الإسـلامية ليـست مسئولة عن إجتذاب الجـماهير بمخـتلف وسائل الإغـراء، وليست مضـطرة لإرضاء ميول الجمـاهير كما تفـعل أجهزة الإعلام الحديـثة حاليا، وإنما عـليها أن تقدم المـعرفة الجادة والتسـلية الرفيعـة والقيم البنـاءة. والفرد المسلم هـو الذى يعرض نفسـه لهذه المعلومات إستجابة لأمر الله له فى طلب العلم والمعرفة والمتمثل فى قوله تعالى: ﴿وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾(١) وفى قول رسول الله ﷺ: «الـلهم علمنى مـا ينفعنى، وأنفـعنى بما علمتنى، وزدنى علما».

وهذه الحركـة الإيجابية مـن قبل الفـرد هى التى تكـفل للمعـرفة سرعة الانـتشار وتجعل المجتمع الإسلامـى يموج بمختلف تيارات الفكر والثقـافة والحركة الحضـارية، الأمر الذى يفجر طاقات الأفراد الخلاقة، وقدراتهم الإبداعية.

---

(١) سورة طه آية ١١٤.

المبدأ الثامن:

وحدة الإرسال والإستقبال الإعلامى

العمل الإعلامى فى مجال الإعلام والدعوة والإرشاد والتوجيه ليس حكرا على أحد فى المجتمع الإسلامى. فلا يوجد فيه أفراد أو هيئات مهمتها فقط تقديم الأفكار والمعلومات، وإنما هذه مهمة كل فرد مسلم، وبهذا تتأكد حقيقة سبق الإسلام بها العالم الأمريكى «ويلبور شرام» منذ أربعة عشر قرنا. عندما قرر وحدة الإرسال والاستقبال الإعلامى، وجعل كل فرد يشترك فى عملية الاتصال ويقوم بكلتا الوظيفتين الإرسال والإستقبال.

فالفرد فى المجتمع الإسلامى صالح لممارسة عملية الدعوة والإقناع فى كل موقف حتى فى مجال العبادات فى الصلاة، والآذان والتقدم لخطبة الجمعة. ولا توجد مفاضلة إلا على أساس موضوعى قائم على الأفضلية فقط. قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي﴾[1] ﴿ وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾[2]. لا يشترط لذلك مؤهل معين أو ثقافة معينة وإنما كل بحسب قدرته وثقافته وطاقته.

والهدف الأساسى من هذا المبدأ الذى أقرته النظرية الإعلامية الإسلامية هو تأكيد ذاتية الفرد وإستقلاليته من ناحية، ومن ناحية أخرى تأكيد إيجابية الفرد المسلم فى مختلف مواقفه أى تحويله إلى عنصر فعال من أجل تنمية المجتمع وتعميره.

ويعكس مفهوم وحدة الإرسال والاستقبال الإعلامى فى المجتمع الإسلامى قدرة هذا المجتمع على نقل الأفكار والمعلومات. فعندما يتحول كل فرد فى هذا المجتمع إلى خلية إعلامية إيجابية ستنتقل الأفكار فى شكل متواليات عددية. فلو أن كل فرد نقل أفكاره إلى آخر لأصبحا إثنين ، ولو نقل الإثنان إلى إثنين آخرين لأصبحوا أربعة.

(١) سورة يوسف آية ١٠٨.

(٢) سورة فصلت آية ٣٣.

وهكذا فإننا نجد أنه لـن يمر وقت طويل حتى تنتشر المعلومـة وتعم، ويصل العارفون بها إلى عشرات ومئات الملايين.

وبذلك فإن قدراً كبيراً من المواد الإعلامية التى يتم نقلها داخل المجتمع الإسلامى وبمختلف وسائل الإعلام لا يتم نقلهـا عفواً أو قضاءاً وقدراً، كما يأخذ بذلك الإعلام الحديث الذى يتحرك صوب الأحداث فينقلها أو يفتعل هذه الأحداث ليقدم ما يريد ما يريد القائمون عليه من مضمون.

أما النـظرية الإعلامـية الإسلاميـة فقد وجهـت العملـية الإعلاميـة صوب هدف محدد يتمثل فى السعى الحثيث والهـادف لبناء الحياة والمجتمع وإقرار الخير والسلام، وإعلاء ميول الجـماهير والتسامى بـاتجاهاتها. وقد أحاطـت الجماهير علماً بـنطاق هذا الإطار إنطلاقا من أهمية الصراحة والوضوح والإعلان للأهداف المحددة.

وحتى تحمى المجتمـع من تعصب بعض أفراده وخاصة عندمـا تزيد درجة الإيمان بالفكرة والاقتناع بها، وحتى لا تؤدى هذه الاندفاعية الإعلامية بالمجتمع الإسلامى إلى نوع من فرض الإرادة. فقد حددت فـى نطاق هذا المبدأ مهمة القائمـين بالاتصال فى مجرد الإبلاغ فقط. قال تعالى: ﴿فَإِن تَوَلَّيْتُمْ فَاعْلَمُوا أَنَّمَا عَلَىٰ رَسُولِنَا الْبَلاغُ الْمُبِينُ﴾(١) وقال سبحانـه وتعالى: ﴿ لا إِكْرَاهَ فِي الـدِّينِ ﴾(٢) و ﴿ قُلِ اللَّهُ ثُمَّ ذَرْهُمْ فِي خَوْضِهِمْ يَلْعَبُونَ﴾(٣).

ومن خلال هذا المـبدأ تفجر النـظرية الإعلامية الإسـلامية كافة إمكـانيات الأفراد وقدراتهم ومـواهبهم وتوجههـا فى نقل الأفكار والمعلـومات. فقد يملك فـرد ناصية الخطابة وآخر لديه القدرة عـلى الكتابة الفنية وثالث لديه إمكانيـات كتابة السيناريو أو الإخراج أو التمثيل... إلخ. وكل هذه القدرات الفـردية يجب أن تتكامل وتتناسق من أجل تدعيم حركة الثقافة والفكر داخل المجتمع الإسلامى.

(١) سورة المائدة آية ٩٢. (٢) سورة البقرة آية ٢٥٦.
(٣) سورة الأنعام آية ٩١.

المبدأ التاسع:

الاحاطة بالظرف الاتصالى

يتحدد نطاق هـذا المبدأ من حديث رسول الله ﷺ: «المؤمن كيسٌ فطن» ومن قول الله عزوجل: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي﴾(١). وأيضا ﴿ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾(٢).

والدعوة إلـى الله على بصيرة، تـعنى أن يحيـط القائم بالاتـصال بمتطلبـات الظرف الاتصالى. فـهو يجب أن يكون عـلى بصيرة بما يدعـو إليه، أى أن يحيط إحـاطة تامة بالموضـوع الذى يقدمـه وأن يدعو وهو عـلى بصيرة مـن نفسه، وعـلى بصيـرة بطرق الإقنـاع، وبأساليـب الفـن الإعلامى، وبـأحوال من يدعـوهم السـياسيـة والاقتصـادية والاجتمـاعية والثقـافية. وأيضـا بالتعرف عـلى طبائع الـناس وإهتمـاماتهم وميـولهم والجماعات التـى ينتمون إليها والـطريقة المثلى لتحـقيق إتصال معهم، والـعوامل التى تؤثر على كيفية إستجابتهم للرسالة الإعلامية.

فالمؤمـن كيسٌ فطن، ومـن الكياسـة أن يوفر كافة مـتطلبات الـنجاح لدعـوته. لأنه إنسان هادف إلى تحقيق الخير العام لنفسـه وللآخرين، وعندما يتصل بالآخرين فلأجل هذا الهـدف، وإذا كنا نعد الـتربة أولا لإلقاء البـذور. ونحرص على دراسـة نوع من التربة وخصـائصها والنباتات التى تجود فيها حتى نحصل على أعلى إنتاجية وذلك قبل القيام بعـملية زراعة الأرض، كذلك ونحن نـتصل بالآخرين، يجب أن نحـيط بكافة مكونات الظرف الاتصالى، كما أوضحت ذلك النظرية الإعلامية الإسلامية.

وبهذا يتـعامل القائم بـالاتصال مع جمهوره وهـو على أرض صلبة مـن الحقائق، تقربه منهم، وتجعله وهو يحدد أهدافه لا يـتوقف عند رغباته وآماله. وإنما عند رغبات الجمهور وتـطلعاته وأحلامـه، فتصبح من ثـم أهدافه تلبيـة لاهتمامات أغلـب الناس الذين يعمل من أجلهم.

(١) سورة يوسف آية ١٠٨.

(٢) سورة النحل آية ١٢٥.

وهذا الشغف بـالناس وبمشكلاتهم هـو سر نجاح العمل الإعلامى ذلـك أنه يهيىء النفوس ويـفتح القلوب لتلـقى الرسالة الإعلامية ويـجعل الجمهور يشعـر بشىء من الحب والتـقدير للـقائم بالاتـصال. كما أن القـائم بالاتصـال من ناحيته عليـه بعد أن يدرس جمهـوره ويتفهم كل ما يتعلق بهم من عـوامل يمكن أن تؤثر عـلى دعوته لا يجـلس فى قـمقـم، بل علـيه أولاً أن يشـعر الجـمهور بـهذا الحب، وهـذا الاهتـمام والتقدير والحرص علـى كل ما فيه صالحهم وخيرهم، وشعـاره من أجل إقناع الناس يجب أن نمد لهم يداً مخلصة نافعة مجردة من الأنانية والمصلحة الذاتية.

ويعتبر هذا المبدأ تأكيداً لفعالـية وسائل الإعلام ودورها فى بناء المجتمع الإسلامى، بإعتبارها من أهم العوامل التى تساعد على بناء المجتمعات وإعداد الرأى العام، وتهيئة الجمـاهير لفـهم مشاكـلها ومـساعدتهـا على حلـها إعتـماداً على الحـقائق، والحقـائق وحدها، لأنـها وحدها هى الـتى تستطيـع أن تصل إلى قلـوب الأفراد وتتحصـل على تأييدهم الفكرى والمعنوى والنفسى.

وأن يتيسر لها ذلك إلا إذا أنشأت هذه الوسـائل مراكز الأبحاث التى تقوم بإعداد الدراسات والبحوث التى تساعد على حسن تفهم الجماهير.

ويدخل فـى نطاق هذا المبـدأ إنتماء الـقائمين بـالاتصال إلى من يـتوجهون إلـيهم بالدعوة. فهـذا مما يساعد على زيادة الإحسـاس بهم، وهو نفس ما أخذت بـه النظرية الإعلامية الإسلامية، يقول تعالى: ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَا مِن رَّسُولٍ إِلاَّ بِلِسَانِ قَوْمِهِ ﴾(١) . وأيضاً قوله تعالى: ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُم بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴾(٢).

أى عليم بآمـالهم وأحلامهم وأفكارهم وميـولهم وتطلعاتهم، الأمـر الذى يساعد على حسن إدارة شـئون الدعوة وتوجيهها الوجـهة التى تراعى كافة الجوانب الـنفسية للجماهير وتحقق للدعوة النجاح والإنتشار.

---

(١) سورة إبراهيم آية ٤.

(٢) سورة التوبة آية ١٢٨.

المبدأ العاشر:

التكامل الوجدانى

أقامت النظرية الإعلامية الإسلامية بناءها على أساس الفرد باعتباره كياناً مستقلا له ذاتيته وإدراكه المتميز للأمور، وحتى لا تتحول هذه الفردية إلى أنانية طاغية أقرت مبدأ آخر للتعامل معه، هو مبدأ التكامل الوجدانى بين جميع أفراد المجتمع، حيث تتأكد صلة القلب بالقلب، والعقل بالعقل، والروح بالروح، وتسود المودة والمحبة بين جميع أفراد الجمهور.

وبذلك تتحول الكثرة العددية التى أخذ بها الإعلام الإسلامى كما أشرنا إلى ذلك فى المقدمة، إلى كيان واحد متكامل، عبر عنه رسول الله ﷺ بقوله: «مثل المسلمين فى توادهم وتراحمهم كمثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالسهر والحمى».

وقد حثت النظرية الإعلامية الإسلامية على هذه المشاركة وجدانياً وحسياً وعقلياً وذلك حينما خاطبت الناس بصيغة الجمع. يقول تعالى: ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ﴾[1] و ﴿ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾[2] ﴿وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ﴾[3].

ولا يتحقق هذا التكامل إلا بالمعايشة والمخالطة والمشاركة للناس، ولذلك أوجبت النظرية الإعلامية الإسلامية على القائمين بالاتصال أن يبدأوا حيث يوجد الناس ومن خلال المشاركة الحقيقية لهم. قال تعالى: ﴿ وَاصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُم بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ ﴾[4] أى لا تفارق من تدعوهم، ولا تبعدك عنهم ضرورات الحياة وكن معهم، وقدم لهم يد المساعدة والمعاونة، لأجل إشباع

(١) سورة الحجرات آية ١٠.
(٢) سورة المائدة آية ٢.
(٣) سورة العصر آية ٣.
(٤) سورة الكهف آية ٢٨.

إحتياجاتهم الملحة. كأن تعلم الأميين. وتعالج المرضى وتطعم الجياع وتشيع الحب والرحمة بينهم، وتحمل فى سبيل ذلك كل المشقة والألم.

وحتى تُدرب النظرية الإعلامية أفراد المجتمع الإسلامى على هذه الوحدة التكاملية فقد قدمت نماذجاً للعمل الجماعى ينتظم من خلالها كل أفراد المجتمع فى تأديته فى لحظة واحدة وبإيقاع سيمفونى رائع.

وذلك كما فى الصلاة، حيث نجد جميع المسلمين فى لحظة واحدة وقت سماع الآذان يسرعون للصلاة فى صفوف منتظمة، متراصة، متجهون وجهة واحدة، ويرددون كلمات واحدة، ويتحركون حركة واحدة، مهما تباعدت الأزمنة، واختلفت الأماكن، وكما هو الحال فى الصيام، وحتى أيضا فى الحج، فعلى الرغم من قيام البعض فقط بأداء واجب هذه الفريضة كل عام، إلا أننا نجد أن باقى أفراد الأمة الإسلامية يشاركونهم وجدانيا فى نفس اللحظة الإحتفال بالمناسبة تحت اسم الاحتفال بعيد الأضحى، وينحرون الذبائح مثلهم، كما يشاركونهم بالصيام أيضاً فى العشرة أيام السابقة على هذه اللحظة تأكيداً لهذه المشاركة النفسية.

ومن خلال ذلك يتدرب المسلمون على الروح الجماعية والعمل الجماعى، وتتحول كثرتهم الفردية إلى كل واحد متماسك ومتناسق، ويتحقق التكامل الوجدانى بينهم بعد ذلك فى كل أمور الحياة سواء كان فى ميدان الحرب والجهاد أو فى باقى الميادين بعد ذلك.

وإلى جانب مسئولية القائمين بالاتصال على تحقيق المشاركة النفسية والتكامل الوجدانى بين الجماهير، إلى جانب ذلك، فهم مدعون أنفسهم إلى تحقيق هذا التكامل الوجدانى بينهم. سواء كانوا عاملين فى حقول الاتصال الشخصى المباشر أم فى وسائل الإعلام الجماهيرية، فهم جميعاً أعضاء فى فريق واحد متكامل فى الهدف والغاية والشعور بالانتماء لقيم واحدة ومبادىء واحدة، مما يجعلهم وحدة واحدة يكمل بعضهم بعضاً، فتكمل الصحف الإذاعة والتليفزيون، وتتكامل الخطابة مع السينما والمسرح. وبذلك يكون القائمون بالاتصال إخوة، ويكونون كالجسد الواحد إذا إشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالسهر والحمى.

على أن الأساس الذى يقوم عليه مفهوم التكامل الوجدانى هو الحرية. حرية الإعلام الإسلامى. فلكل فرد، ولكل مؤسسة أو هيئة إعلامية حرية الممارسة الإعلامية الكاملة على أساس من حسن الظن والثقة الكاملة فى التزامهم طواعية بقيم الإسلام ومبادئه. لأنه ﴿ لا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ﴾[١] من قبل القائمين بالاتصال على أحد ولا إكراه عليهم من أحد قال تعالى: ﴿فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنتَ مُذَكِّرٌ (٢١) لَّسْتَ عَلَيْهِم بِمُصَيْطِرٍ ﴾[٢]، وهذا ما حمى النظرية الإعلامية الإسلامية وجعلها تخلو من كافة أشكال الرقابة الإعلامية على مصادر الأخبار ووسائل الإعلام كما نشاهد ذلك فى إطار نظريات الإعلام الحديثة التى تعددت أساليبها ووسائلها فى فرض الرقابة على وسائل الإعلام أماالنظرية الإعلامية الإسلامية فالفرد نفسه هو محور هذه الرقابة إنطلاقا من الثقة فى حسن تقديره ووزنه للأمور.

(١) سورة البقرة آية ٢٥٦.

(٢) سورة الغاشية آية ٢١: ٢٢.

المبدأ الحادى عشر:

البعد الغيبى

لم تتعامل النظرية الإعلامية الإسلامية مع الإنسان بإعتباره كياناً مادياً ينزع نحو إشباع إحتياجاته المادية، ولا إعتبار لديه لمطالب الروح، وذلك كما فعلت أنظمة الإعلام الأخرى. وإنما بإعتباره كياناً مكوناً من جسم وروح، ولكل منهما مطالبه وإحتياجاته.

ويعنى البعد الغيبى الإيمان بالملائكة، واليوم الآخر وما فيه من الأمور التى لا يمكن للإنسان الوقوف عليها وسمى غيبا لأنه غائب عما لا نشاهده.

وإذا كانت الحواس الخمس هى طريق الإنسان للحصول على معلومات عن العالم المادى المحيط به، فإن البصيرة هى طريق الحصول على معلومات عن هذا الجانب العينى. وقد حصرت النظرية الإعلامية الإسلامية الكيفية التى يحصل بها الإنسان على معلومات عن هذا العالم الغيبى فى أربع طرق:

الوحى - الإلهام - النفث فى الروع[1] - الرؤيا

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ هو تحقيق الموازنة بين العالم المادى، والعالم المعنوى. بحيث يمثل هذا المبدأ الأساس الذى تنطلق منه فكرة الأخلاقيات والمثل الإسلامية. ذلك أنها بهذا الجانب تضع الإنسان فى أقصى درجة من الإثارة النفسية، فهى مثلا عندما تتكلم عن اليوم الآخر وتصور ما فيه من أهوال يشيب لها الوليد، وتبرز ما فيه من النعيم الذى تتطلع إليه النفوس، فإنها تضع الإنسان فى حالة فزع من هذا الهول الذى يجعله يبحث عن وسائل النجاة، كما تثير فى نفسه الطموح إلى النعيم المقيم الذى ينتظره، فيبذل قصارى جهده فى تحصيله وسلوك الطرق المؤدية إليه.

وهذا الشعور بالحساب الدقيق الذى سيكون يوم القيامة حتى على مثقال الذرة

(١) ألقى فى نفسه.

يجعل الإنسان دائما قلقاً حائراً مدققاً فى عمله، ويزن كل صغيرة وكبيرة قبل أن توزن عليه. قال تعالى: ﴿وَنَضَعُ الْمَوَازِينَ الْقِسْطَ لِيَوْمِ الْقِيَامَةِ فَلا تُظْلَمُ نَفْسٌ شَيْئًا وَإِن كَانَ مِثْقَالَ حَبَّةٍ مِّنْ خَرْدَلٍ أَتَيْنَا بِهَا وَكَفَىٰ بِنَا حَاسِبِينَ﴾(١).

وبذلك يتعلم المرء كيف يزن أعماله بنفسه، لأن هناك رقيبا، يحصى عليه كل أعماله، وسيحاسبه عليها، قال تعالى: ﴿وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾(٢) فيبتعد من ثم عن التكالب على الماديات والظلم والحقد والأنانية ويتعود التراحم والمودة والتآلف والدقة فى العمل، لأنه مسئول عنه خيراً أم شراً.

كما يؤدى هذا المبدأ إلى حتمية الإخلاص. ويدعم فكرة الجزاء، فالإنسان لا يعمل من أجل المقابل المادى فقط، ولكنه يعمل ويخلص فى عمله لأن هناك جزاء وحساباً، وعقاباً من مالك يوم الدين فى الآخرة. لمن لا يجعل عمله خالصا لوجه الله، يدعم به خيراً. أو ينصر مظلوما، أو يساعد ضعيفا، أو يعلم أمياً ، إلى آخر ذلك من أبواب الخير التى حث عليها الإسلام.

ويعنى هذا المبدأ بالنسبة للقائمين بالاتصال أن يسيروا على النهج الذى سارت عليه النظرية الإعلامية الإسلامية فى تناول الغيبيات والحديث عنها، وإستخدام كافة الأساليب الفنية، وكافة أشكال التعبير، وطرق التصوير المختلفة لهذا العالم الغيبى وبأسلوب مشوق، الأمر الذى يساعد على إثارة الكوامن النفسية لدى الأفراد ويدفعهم دفعاً إلى الرقى الأخلاقى المنشود. وينعكس بالتالى على كافة جوانب الحياة، وبالشكل الذى يتأكد معه دور الإعلام فى بناء المجتمعات الإسلامية المعاصرة.

---

(١) سورة الأنبياء آية ٤٧.

(٢) سورة التوبة آية ١٠٥.

المبدأ الثانى عشر:

الدعوة بالمثل

يرتكن مبدأ الدعوة بالمثل فى النظرية الإعلامية الإسلامية إلى فكرة أساسية مؤداها أننا فى مجال تغيير الأفكار والمعتقدات نحتاج إلى حقول إرشادية حية تتمثل فى مجموعة من الأفراد يعتنقون الدعوة ويؤمنون بها ويتمثلونها إلى درجة تمتلأ بها نفوسهم وعقولهم. كما حدث مع رسول الله ﷺ عندما أصبحت حياته كلها من أجل الدعوة. قال تعالى ﴿قُلْ إِنَّ صَلاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ (١).

وعندما يصل القائم بالاتصال إلى مثل هذه الدرجة من الإيمان والاقتناع فإنه يتكلم حين يدعو بلسان حاله التى هو عليها، ويصبح مثلا أعلى لما يدعو إليه، أو بمعنى آخر يطابق كلامه مقتضى حاله، فلا يقول إلا ما يعمله. قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لا تَفْعَلُونَ﴾(٢).

وفكرة الدعوة بالمثل تتفق مع طبيعة الإنسان التى تميل إلى الاقتداء بالآخرين ومحاكاتهم. كما أنها تنقل الدعوة أو الفكرة الجديدة من واقع المثاليات المستحيلة التحقيق، التى تواجه أى دعوة جديدة، إلى أرض الواقع، وتعطى حافزا للاخرين وأملا فى الأخذ بها. كما يحدث تماما فى الحقول الارشادية عندما نرعاها ونقيمها وسط المزارع ونجعلها فى متناول بصر المزارعين الآخرين حتى نشحذ عزائمهم إلى الاقتداء وتقليد الأساليب الزراعية الحديثة المطبقة فى هذه الحقول الإرشادية.

ولهذا كان حرص النظرية الإعلامية الإسلامية على إقرار هذا المبدأ ، فلم تخل دعوة أو رسالة سماوية منذ عهد آدم عليه السلام، وحتى عيسى عليه السلام، ومحمد ﷺ من تقديم هذه المثل ممثلة أولا فى أشخاص هؤلاء الأنبياء أنفسهم ثم فى أشخاص الأنصار والحواريين والمؤمنين بالرسالة أو الدعوة.

والمتتبع لتاريخ الدعوات يجد أن بناء النفوس وإعداد الشخصيات القويمة

(١) سورة الأنعام، آية ١٦٢ .

(٢) سورة الصف ، آية ٢ .

يستغرق وقتا طويلا عادة، فقد ظل رسول الله ﷺ فى مكة ثلاثة عشر عاماً. يعد الدعاة ويقوِّم النفوس فى صبر وتدرج. وبقى نوح ألف سنة إلا خمسين عاماً.

ويرجع إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بمبدأ المثل إلى الطبيعة الخاصة للدين الإسلامى، الذى يعتمد على وسيلة الاتصال الشخصى. أى على جعل الداعية نموذجاً حياً لمبادئها الأمر الذى ييساعد على سرعة الاقتناع والتأثير.

ورغم ما إنتهت إليه الدراسات الإعلامية الحديثة من تأكيد لأهمية الاتصال الشخصى فى مجال تغيير الأفكار والمعتقدات والآراء إلا أنها جردته من عامل القدوة الحسنة، فلم ترتفع بالقائمين بالاتصال إلى مرتبة التمثل الحقيقى لهذه الآراء، الأمر الذى أفقدها تأثيرها وفاعليتها وهو ما تلاقته النظرية الإعلامية الإسلامية بإقرارها لهذا المبدأ.

وتتسلسل مراتب القدوة أو المثل فى النظرية الإعلامية فتبدأ برسول الله ﷺ الذى وصل إلى درجة أن أصبح خلقه القرآن كما تقول السيدة عائشة رضوان الله عليها، وكما قال ﷺ عن نفسه «أدبنى ربى فأحسن تأديبى» وقال تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾(١) و﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ﴾(٢).

ثم قدمت النظرية الإعلامية الإسلامية فى مجال القدوة الصحابة رضوان الله عليهم بعد أن نهلوا من مدرسة النبوة وترعرعوا فى ظل رعايته ﷺ وتوجيهاته المستمرة، حتى أصبح كل منهم مثلا رائعاً وقدوة حسنة وحتى قال عنهم عليه الصلاة والسلام «أصحابى كالنجوم بأيهم إقتديتم إهتديتم».

وإنطلاقاً من هذا المبدأ فإن مسئولية القائمين بالإعلام تتحدد فى أن يتعهدوا أنفسهم بالرعاية وحسن الإقتداء حتى يصبحوا هم أنفسهم مضرب المثل والقدوة الحسنة.

وما ينطبق على القائمين بالاتصال ينطبق على المؤسسات الإعلامية أيضاً. فهى

(١) سورة القلم، آية ٤ .

(٢) سورة الأحزاب، آية ٢١ .

بإعتبارهـا شخصيات إعتبارية تـؤثر بشخصياتها الاعـتبارية ينبغى أن تكـون أيضاً على مستـوى القدوة، فلا تـقول اليوم مـا يتناقـض مع مضمـون الأمس، ولا ترفع شـعارا وتقـدم ما يتـناقض مع هـذا الشعـار. خاصة وأن مـثل هذه الأمور لا تـغيب عـن بال الجمهور، وتجـعله يفقد الثـقة فى هذه الوسائـل. وذلك ما هو حادث فعلا. فـقد فقد الجمهور الـثقة فى الصحافة وأطـلق عليها كلام جـرايد، وأيضا بالإذاعة والتلـيفزيون الأمر الذى يقلل من فاعلية هذه الوسائل، ويقلل من قدرتها على التأثير والإقناع ومن أن تكون عاملا فعالا فى بناء المجتمع وتنميـته وتطويره، وهو نفس ما حرصت النظرية الإعلامية الإسلامية على تلافيه بإقرارها مبدأ القدوة الحسنة.

المبدأ الثالث عشر:

الوحدة الموضوعية

أخذ الإعلام الإسلامى بمفهوم الوحدة الموضوعية. ويعنى التكامل والترابط داخل مضمون الدعوة الإسلامية.

وقد أخذت الوحدة الموضوعية داخل البناء الإعلامى الإسلامى أشكالا متعددة يمكن أن نحصرها على النحو الآتى:

١ـ الوحدة الموضوعية داخل مضمون الرسالة الإعلامية:ـ حيث يبدو الإتفاق وعدم الإختلاف واضحاً جلياً. فنجد أن كل آيات القرآن الكريم وسوره تتطابق مع بعضها ويؤكد بعضها البعض الآخر. لدرجة اعتبرت هذه الوحدة فى حد ذاتها إعجازاً. قال تعالى: ﴿وَلَوْ كَانَ مِنْ عِندِ غَيْرِ اللَّهِ لَوَجَدُوا فِيهِ اخْتِلافًا كَثِيرًا﴾ (١) أى تناقضاً كبيراً كما هو الحال فى المضامين المختلفة التى تقدمها وسائل الإعلام المعاصرة.

كما أخذت الوحدة الموضوعية داخل البناء الإعلامى الإسلامى شكلا آخر وهو الإتفاق وعدم التناقض بين مضمون القرآن الكريم والسنة النبوية. وقد فسر لنا القرآن السر فى هذا بقوله: ﴿ وَمَا يَنطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ * إِنْ هُوَ إِلاَّ وَحْيٌ يُوحَىٰ﴾(٢).

٢ـ وفضلا عن ذلك فقد أكدت النظرية الإعلامية الإسلامية هذه الوحدة الموضوعية فى عدم التناقض بين أقوال الدعاة. رغم اختلاف الأماكن. فما يدعو إليه القائم بالاتصال فى الصين واليابان وأمريكا يتطابق مع ما يدعو إليه آخر فى جنوب أفريقيا ومصر وفرنسا، لأن هناك مبادئ واحدة يدعو إليها القائم بالاتصال رغم إختلاف الأماكن. وذلك لأن الرسالة الإسلامية تتسم بالثبات حيث أن مصدرها الله رب العالمين، بخلاف رسالات الإعلاميين الأخرى . ودور القائمين بالاتصال هو مجرد نقل وتبليغ الرسالة دون أية إضافة أو تحريف. ولهذا يجب أن يكونوا على أعلى درجات الصدق والحذر واليقظة التامة.

وقد تجلت الوحدة الموضوعية أيضاً فى شكل آخر، وهو الاتفاق بين مضمون

(١) سورة النساء، آية ٨٢ . (٢) سورة النجم، آية ٣،٤ .

الدعوة مهما تباعدت الأزمنة.. فما يدعو إليه القائم بالاتصال اليوم وغداً وبعد ألف سنة وقبل ألف سنة لا يتغير من حيث المبادئ الأساسية دون أن يلحقها تطوير أو تعديل أو تغيير. وهذه الوحدة العالمية تجعل من الدعاة مؤسسة عالمية للدعوة تجمعها رابطة واحدة وهى رابطة الإسلام، الأمر الذى يعطى فرصة الاستفادة من الأثر التراكمى عبر عشرات ومئات السنين، ويجعلها فى تقدم مضطرد ويوفر لها صفة الرسوخ وبذلك يتحقق قول الله تعالى : ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ﴾ (١).

وكما تحقق النظرية الإعلامية الإسلامية هذه الأشكال من الوحدة الموضوعية الخارجية تحققها داخل الفرد المسلم نفسه وذلك بالتطابق بين قول الفرد وفعله . قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لا تَفْعَلُونَ﴾ (٢) وأيضاً من خلال الموازنة بين كافة متطلباته النفسية والعاطفية والمعنوية والمادية الأمر الذى يهيئ لها الفرصة فى تحقيق اليقين الكامل، على أساس من الفطرة الصادقة والصدق الموضوعى مع الله والنفس والآخرين.

ولا تنشأ الوحدة الموضوعية فى النظرية الإعلامية الإسلامية قهراً، أو تفرض على القائمين بالاتصال فرضاً، ولكنها تنبع من الالتزام الذاتى والإحساس بالمسئولية الممتزجة بالصدق والعاطفة المخلصة القوية التى تدفع الفرد فى كل أحواله وتصرفاته نحو البناء الإيجابى للواقع والحياة.

ويتجلى تأثير الوحدة الموضوعية فى حالة الاستقرار والرضا والتوازن النفسى.. التى تعكسها على جميع أفراد المجتمع، الأمر الذى يدعم ثقتهم فى أنفسهم، وفى بعضهم البعض، ويؤكد ذلك الحالة الراهنة للمجتمعات الحديثة التى لا يأخذ الإعلام فيها بهذا المبدأ، حيث انعدمت الثقة بين الأفراد وساد القلق والتوتر وعدم الاستقرار والتوازن داخل المجتمع نتيجة لتضارب أقوال وسائل الإعلام المختلفة، واختلاف مواقفها ، وافتقاد كل مقومات الصدق فى مضمونها . فما يحتم عليها العودة نحو تأكيد أهمية هذا المبدأ والإستفادة منه من أجل حياة هادئة متوازنة ورشيدة لجميع أفراد المجتمع على السواء.

(١) سورة الحجرات، آية ١٠ .
(٢) سورة الصف، آية ٢ .

المبدأ الرابع عشر:

التجرد

من المبادئ الأساسية التى تضمنتها النظرية الإعلامية الإسلامية مبدأ التجرد. فالقائم بالاتصال يجب أن يجرد نفسه للدعوة بنفسه وماله وقلبه وعقله وروحه، وأن يصبح فى كل أحواله وظروفه خالصاً للدعوة أو الفكرة التى يدعو إليها.

ولذلك لا يصح فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية أن يمارس القائم بالاتصال الدعوة وهو يطلب لنفسه منصباً أو مالاً أو جاهاً أو أى شيء آخر يمكن أن يعد عوضاً أو جزءاً أو أجراً نظير القيام بعملية الدعوة. فلم نسمع عن نبى أو رسول طلب لنفسه أجراً على دعوته.. قال تعالى: ﴿قُل لاَّ أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلاَّ ذِكْرَىٰ لِلْعَالَمِينَ﴾(١).

بل إنه عندما كان المعارضون للدعوات الجديدة يلحون بالمنصب أو الجاه أو المال لم يحدث أن إستجاب أحد من الأنبياء أو الرسل أو خضع لضغوطهم.. ومن ذلك مثلا مشركوا مكة عندما عرضوا على محمد ﷺ المال والجاه والمنصب والعز فرفض ولم يزد على أن قال «والله يا عم لو وضعوا الشمس فى يمينى والقمر فى يسارى على أن أترك هذا الأمر ما تركته حتى يظهره الله أو أهلك دونه».

ولهذا أيضا لم تجعل النظرية الإعلامية الإسلامية الدعوة عملا يحتكره أفراد قلائل، وإنما فتحت الباب للجميع، كل بقدر طاقته وجهده وإخلاصه. فكان الطبيب الداعية، والتاجر الداعية، والشاعر الداعية، ووجدنا الدعوة عملا يمارسه كل فرد بقدر جهده واستعداده.

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من تحديد هذا المبدأ هو أن تجعل التحمس للفكرة مرتبط بالإيمان الكامل بها، لا بما يجنيه الفرد من وراء دعوته من مال أو

---

(١) سورة الأنعام، آية ٩٠ .

منصب أو جاه، فإذا قل الأجر أو فقد المنصب والجاه امتنع عن بث دعوته وإقناع الناس بها. ولذلك قال رسول الله ﷺ «من أصبح همه الدنيا فليس من الله فى شىء» بمعنى ألا يهتم الناس بصفة عامة، والقائمون بالاتصال بصفة خاصة بالدنيا اهتماما يصرفهم عن القيم الروحية من الإيمان والعبادات والفكر والذكر والخلق الفاضل والأدب الرفيع، ويدفعهم إلى الاهتمام بالشهوات والاستجابة للأهواء والتوسع فى لذائذ الجسد والافتتان بها. وهو ما يؤدى إلى الصراع بين الأفراد والأمم والشعوب. ولذلك قال رسول الله ﷺ «إن الدنيا حلوة خضرة، وإن الله مستخلفكم فيها فناظر كيف تعملون، فاتقوا الدنيا، واتقوا النساء. فإن أول فتنة بنى إسرائيل كانت فى النساء» وقال تعالى : ﴿ اعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَزِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الأَمْوَالِ وَالأَوْلادِ﴾ (١).

ومسئولية القائمين بالاتصال فى نطاق هذا المبدأ تنحصر فى أن يكونوا هم أكثر إخلاصا لجماهيرهم وأكثر حرصا على ما فيه خيرهم ومصلحتهم، منزهين أنفسهم من التكالب على الدنيا أو الحرص على المنصب أو الجاه، وإنما أصحاب عواطف نبيلة ومشاعر حية تنفعل بالخير وتجعله أعلى هدف لها فى الحياة، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن عليهم أن ينموا فى جماهيرهم الرغبة فى العمل الخالص لله والتواد والتحابب، والحرص على الآخرين الأمر الذى يحرر المجتمع من عبودية المادة وسيطرة الشهوات ويخفف من حدة القلاقل والمشاحنات والحروب التى أثمر عنها الإعلام الحديث عندما ابتعد من نطاق هذا المبدأ الذى سبق وأقرته النظرية الإعلامية الإسلامية.

---

(١) سورة الحديد، آية ٢٠ .

المبدأ الخامس عشر:

الرؤية المستقبلية

ينطوى هذا المبدأ على تفهم خاص ودقيق لطبيعة الإنسان التى تحركه للعمل وتفجر طاقاته بواعث مستقبلية تتمثل فى مدى تصوره لهذا المستقبل وامتداده.

ومن هذا المنطلق ولدت أعظم الأعمال فى التاريخ، بناء الأهرام. فقد كان الباعث وراءها هو الرغبة فى الخلود والبقاء. ومن الرغبة فى الإمتداد بعد هذه الدنيا، تفانى المصريون فى كل مجال وتفننوا فى فنون الهندسة المعمارية والتخطيط والنحت والتصوير والزراعة، وقامت الحضارة المصرية التى تتمثل لنا مدى عظمتها فيما خلفته من آثار وخاصة الأهرام.

وقد أخذت النظرية الإعلامية الإسلامية بهذا المبدأ فإنطلقت بالإنسان نحو أقصى حدود مستقبلية ممكنة.. ورسمت له إطار هذا المستقبل وذلك حتى يظل مدفوعا إلى الأمام فى كل عمل يقدمه، فيتحرى دائما الاخلاص فيه. قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ﴾[1] ﴿الْيَوْمَ تُجْزَىٰ كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ لَا ظُلْمَ الْيَوْمَ﴾[2]. ﴿وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ مَّاذَا تَكْسِبُ غَدًا﴾ [3]. ﴿يَوْمَ تَأْتِي كُلُّ نَفْسٍ تُجَادِلُ عَن نَّفْسِهَا﴾[4] وكما يقول الحديث الشريف: «اعمل لدنياك كأنك تعيش أبداً واعمل لآخرتك كأنك تموت غداً».

وفى إطارالرؤية المستقبلية جعلت النظرية الإعلامية الإسلامية للآخرة نصيباً كبيراً فتحدثت عن البعث والحساب والجنة والنار. ثم ربطت بين هذا المستقبل البعيد والمستقبل القريب وبين الأعمال الروتينية للإنسان فى حياته، وبذلك حددت نطاق التحرك للفرد فى الحياة وجعلته فى العمل الجاد من أجل تحقيق المستقبل المشرق الذى

---

(١) سورة الحشر، آية ١٨ .
(٢) سورة غافر، آية ١٧ .
(٣) سورة لقمان، آية ٣٤ .
(٤) سورة النحل، آية ١١١ .

يرجوه لنفسه وللآخرين ، وأصبح بالتالى دور القائمين بالاتصال فى المجتمع هو السعى الحثيث والهادف لبناء واقع جديد وتنمية الواقع الموجود فعلا وذلك بتنمية عقلية الجماهير وإعلاء ميولها، والتسامى باتجاهاتها على نحو يحقق التوازن والاستقرار فى المجتمع ويبرز قوى الخير والبناء.

ويختلف الإعلام الإسلامى من هذه الزاوية عن الإعلام الحديث الذى يركز على اللحظة الحالية، ويقدمها للجماهير فى شكل استفزازى يركز على الماديات ويستهدف إثارة كوامن القلق والخوف وعدم الاستقرار، ولذلك حفل بأخبار الحروب والأزمات والمشاكل، والإثارة الأمر الذى أشاع جواً من القلق وعدم الاستقرار والرعب والفوضى داخل المجتمعات الحديثة.

ولا يعنى الأخذ بمبدأ الرؤية المستقبلية فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية أن يعمل القائمون بالاتصال على إغراق جماهيرهم بالآمال العريضة والتصورات الزائفة لمستقبل خيالى أو وهمى أو بمستقبل يتغير وفقاً لأهواء ونزعات المخططين له. وإنما يعنى أن تتضح معالم الطريق على مستوى الفرد والجماعة للمجتمع الإسلامى فتنتظم من ثم أعماله وتصبح كالجسد الواحد يعمل كل أجزائه من أجل الحفاظ على هذا الجسد سليماً معافى.. وإذا مرض جزء منه تألم له سائر الأجزاء.

وحتى لا يدفع هذا الطموح المتزايد الأفراد والجماعات إلى التنافس الذى قد يثير الضغائن والأحقاد ويؤدى بالتالى إلى إنعدام الأمن والاستقرار داخل المجتمع فقد جعلت المنطلق الأخلاقى أساساً لممارسة هذا المبدأ.

المبدأ السادس عشر:

المنطلق الأخلاقى

الأخلاق هى التعبير الأشمل والأقوى عن القانون. لأنها قانون داخلى وخارجى معا وقد أخذت النظرية الإعلامية الإسلامية بهذا المبدأ إنطلاقا من قول رسول الله ﷺ «إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق» والتى حددها الحديث الشريف فى «صدق الحديث، وصدق البأس، وإعطاء السائل، والمكافأة بالصنائع، وحفظ الأمانة وصلة الرحم ، والتذمم للصاحب ، وإقراء الضيف ورأسهن الحياء.

ومن أجل هذا نجد الارتباط وثيقا بين عقيدة الإسلام وتشريعاته وبين المقومات الأخلاقية، فكلها وسائل لصقل النفس وتهذيبها وإقامتها على الصراط القوى . فالعقيدة من إيمان بالله وتقديس له من شأنها أن توقظ حواس الخير وتربى ملكة المراقبة وتبعث على طلب معالى الأمور.

والله سبحانه وتعالى هو الكمال المطلق والرحمة الواسعة، ولا يدخل فى جلال قدسه إلا من تخلق بأخلاقه، واتصف بصفاته، وفى الأثر تخلقوا بأخلاق الله.

وجميع العبادات والمعاملات وكل أوامر الله ونواهيه إنما تتجه هذا الإتجاه وتدور فى هذا الفلك، قال تعالى: ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ﴾(٢) . فالآية تقرر أن الغاية من إنزال الكتب وإرسال الرسل إقامة الحق والعدل فى الأرض. كما أن مقياس الإيمان للخلق. يقول رسول الله ﷺ: «أكمل المؤمنين إيماناً أحسنهم خلقاً» ويقول: «إن المؤمن ليدرك بحسن خلقه درجة الصائم القائم» وأيضاً : «ما من شىء أثقل فى الميزان يوم القيامة من حسن الخلق وإن الله يبغض الفاحش البذىء».

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ هو أن تنمى فى الفرد

(١) التذمم: التقرب.

(٢) سورة الحديد، آية ٢٥ .

المسلم كل فضيلة ترفع من قدره وتحفظ كرامته، وتصون شرفه، وتسمو به عن كل صفة تبخس قيمته وتمس شرفه، وقد حددت لذلك كل الفضائل التى يجب أن يتحلى بها، كما أنها لم تدع رذيلة إلا وحذرت منها ووضعت العراقيل فى سبيلها، وبذلك يصبح الفرد المسلم جياش العواطف، كبير القلب، ينبسط للخير ويفرح به ويحرص عليه، ويبتعد عن الشر وينفر منه، وهذا هو جوهر الإيمان وفى الحديث الصحيح «إذا سرتك حسنتك وساءتك سيئتك فأنت مؤمن».

وقد أولت النظرية الإعلامية الإسلامية إهتمامها لإعداد القائمين بالاتصال أو الدعاة، ولذلك بقى رسول الله ﷺ فى مكة ثلاثة عشر عاماً يدعو الناس فى صبر وتدرج، دون تعجل للنتائج ويربى أتباعه على المبادىء الإسلامية القويمة حتى جعل منهم مثلا عليا للدعوة ونماذج حية كان لها أثرها البالغ فى نشر الإسلام بعد ذلك إنطلاقا من مبدأ الدعوة بالمثل أو القدوة الحسنة السابق الإشارة إليه، حيث أن القائمين بالاتصال هم أول المدعوين إلى أن يقدموا بأنفسهم المثل لما يدعون إليه . قال تعالى: ﴿أتأمرون الناس بالبر وتنسون أنفسكم﴾ وعلى هذا فإن إختيار القائمين بالاتصال يجب أن يكون قائماً على أساس توافر هذاالشرط. هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى فإنهم ينبغى ألا يقدموا لجماهيرهم إلا ما يدعم القيم الأخلاقية الإسلامية، وأن يستخدموا لذلك كافة الفنون الإعلامية والأساليب الإقناعية من أجل المساهمة فى بناء المجتمع وتطويره.

وبذلك تكون الكلمة الإعلامية كلمة طيبة، وتصبح كما وصفها الله تعالى: ﴿كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ (٢٤) تُؤْتِي أُكُلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا﴾(١).

(١) سورة إبراهيم، آية ٢٤ .

المبدأ السابع عشر:

الحركة الوجدانية

الحركة الوجدانية فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية تعنى القدرة على الانتقال داخل مستويات وأبعاد متعددة، وهى تقترب من المفهوم الذى أطلق عليه علماء الاتصال حديثا التقمص الوجداني.. ويقصدون به القدرة على أن يتصور الإنسان نفسه فى أدوار الآخرين فى المجتمع، والقدرة على الحركة النفسية عن طريق القراءة والاستماع والتعرض لوسائل الإعلام.

ولهذا المفهوم أهميته فى تطوير المجتمعات وتنميتها؛ لأنه يساعد كما يقول «ليرنر» فى جعل أفراد هذه المجتمعات يتسمون بشخصيات دينامية مرنة تمتاز بالحركة والرغبة فى الإنتقال.. وتتصف بالقدرة على الخروج على الأنماط التقليدية وتقبل الجديد وإبداء رأيها فيه دون خوف أو تعصب.

ويعتبر مفهوم الحركة الوجدانية أكثر شمولا وإتساعا من مفهوم التقمص الوجدانى، ذلك أنه يضع الفرد فى مختلف المواقف والمستويات، ويعطيه الفرصة للدراسة والتأمل والاستنتاج والخروج بالنتائج أو القرارات التى توفر عليه كثيراً من العناء والمشاكل التى يمكن أن يقع فيها لو لم يتصور بنفسه مبدئيا نتائجها.

ويشتمل مفهوم الحركة الوجدانية على الأبعاد الآتية:

- البعد المادى .
- البعد الاجتماعى.
- البعد الروحى.
- البعد الزمنى.

وبتحديد النظرية الإعلامية الإسلامية لهذه الأبعاد الأربعة للحركة الوجدانية تدعم مكانة الفرد فى المجتمع الإسلامى باعتباره كيانا مستقلا، فهو يتخطى قيود المكان المادى، وينتقل نفسياً عبر أنحاء الأرض المختلفة من جبال ووديان وصخور وأنهار وبحار ، وعبر السماء وما فيها من بروج وبدور وشمس وأقمار وكواكب.

وعبر طبقات النفس وما يتخللها من أهواء ونزعات واتجاهات وآمال وتطلعات وأفكار، ولا يقف عند هذا الحد، وإنما لديه القدرة أيضا على الانتقال النفسى عبر درجات الزمن المختلفة من ماضى وحاضر ومستقبل، وما إلى ذلك من عالم وحياة أخرى يستطيع الإنسان أن يتخيلها وأن يضع نفسه حيالها، فضلا عن الحركة النفسية الاجتماعية داخل المجتمع، فيتخيل نفسه فى مكان غيره من السابقين ومن سيلحقون به. كما يستطيع أن يتخيل مواطن الثواب والعقاب إلى آخر ذلك مما تحفل به سور القرآن الكريم. قال تعالى: ﴿ وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ وَالنُّجُومُ مُسَخَّرَاتٌ بِأَمْرِهِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ﴾(١) ﴿يَوْمَ يُسْحَبُونَ فِي النَّارِ عَلَىٰ وُجُوهِهِمْ ذُوقُوا مَسَّ سَقَرَ﴾(٢) ﴿إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي جَنَّاتٍ وَنَعِيمٍ * فَاكِهِينَ بِمَا آتَاهُمْ رَبُّهُمْ وَوَقَاهُمْ رَبُّهُمْ عَذَابَ الْجَحِيمِ﴾(٣) ﴿فَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ * وَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ﴾(٤) ﴿هُوَ الَّذِي يُسَيِّرُكُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ حَتَّىٰ إِذَا كُنتُمْ فِي الْفُلْكِ وَجَرَيْنَ بِهِم بِرِيحٍ طَيِّبَةٍ وَفَرِحُوا بِهَا جَاءَتْهَا رِيحٌ عَاصِفٌ وَجَاءَهُمُ الْمَوْجُ مِن كُلِّ مَكَانٍ وَظَنُّوا أَنَّهُمْ أُحِيطَ بِهِمْ دَعَوُا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ لَئِنْ أَنجَيْتَنَا مِنْ هَذِهِ لَنَكُونَنَّ مِنَ الشَّاكِرِينَ * فَلَمَّا أَنجَاهُمْ إِذَا هُمْ يَبْغُونَ فِي الأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ﴾(٥).

ومن الأحاديث النبوية «حاسبوا أنفسكم قبل أن تحاسبوا وزنوا أعمالكم قبل أن توزن عليكم»

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ هو تنمية القدرة على الاستقرار، والتأمل لدى أفرادها والوصول بهم إلى درجة المعرفة اليقينية الذاتية، فالفرد الذى ينتقل نفسيا عبر كل هذه الأبعاد المتعددة يصبح أكثر قدرة على التفكير المستقل الواعى وأكثر يقظة وحذراً من كل ما من شأنه أن يمثل خطراً عليه أو على

(١) سورة النحل، آية ١٢ .
(٢) سورة القمر، آية ٤٨ .
(٣) سورة الطور، آية ١٧، ١٨ .
(٤) سورة الزلزلة، آية ٧، ٨ .
(٥) سورة يونس، آية ٢٢ .

الجماعة الإسلامية على السواء. خاصة وأن هذه الحركة النفسية المستمرة ستنمى لديه القدرة على التنبؤ بكافة الاحتمالات الممكنة للمواقف المستقبلية.

والمتأمل لتاريخ الدعوة الإسلامية يلحظ بوضوح مدى التغيير السريع الذى يلحق بالأتباع الجدد للدعوة وذلك بفضل هذا المبدأ الواضح الذى أقرته النظرية الإعلامية الإسلامية والذى يشبه فى أثره الصدمة الكهربائية، ذلك أنه يهز بعنف وقوة كل المكونات الذاتية للإنسان، ويعطى الفرصة لتحديد الطفيليات النفسية والقضاء عليها.. مثلما نفعل تماما قبل أن نزرع الأرض بنبات جديد. فنحن نحرثها ونقلبها ونعرضها للضوء ثم نضع البذور الجديدة ونتعهدها بالرعاية. وكذلك الحال بالنسبة للإنسان، فقبل إقتناعه بفكرة جديدة أو أسلوب جديد فى حاجة إلى ما يهزه بعنف وقوة وذلك ما فعلته النظرية الإعلامية الإسلامية.

وعلى هذا فإن هدف الإعلام فى المجتمعات الإسلامية النامية هو وضع الفرد فى حالة حركة نفسية دائمة والانتقال به عبر مختلف الأبعاد النفسية والاجتماعية والمادية والروحية وبالصورة التى تثير عقله وتفكيره وتدفعه لتطوير مجتمعه وتنميته.

المبدأ الثامن عشر:

المواجهة الفكرية

ينبع مبدأ المواجهة الفكرية من طبيعة الأسلوب الاقناعى الذى قامت على أساسه النظرية الإعلامية الإسلامية. واعتبار الكلمة مناط التفاهم وطريق الوصول إلى الحقيقة ومدار الحوار ومجال النقاش.

وبذلك أصبح ميدان المنازلة والمعارضة هو الفكرة والعلم والعقل، وأصبحت القضية، قضية الحوار والرأى والتفاهم والنقاش والبحث عن الحقيقة.

وهدق النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ هو تدعيم إرادة الإنسان باعتباره كيانا واعيا، ينشد بفطرته الاقناع المجرد القائم على العقل والفكر والمنطق. ولذلك تعاملت معه فى بساطة ويسر وسهولة دون مجرد محاولة التأثير عليه بالخداع أو الضغط لأنه «لا إكراه فى الدين».. ولأن الدين ليس أوامر يتحتم قبولها والرضا بها، وإنما قضية مطروحة للنظر والتفكير.

ووسيلة الاقناع هنا هى الكلمة الواضحة القائمة على أساس التدبير والتفكير. ولذلك قال رسول الله ﷺ «رحم الله امرءً قال خيرا فغنم أو سكت فسلم» وقال: «وهل يكب الناس يوم القيامة إلا حصاد ألسنتهم» وقال: «إن أبعدكم منى مجلسا يوم القيامة الثرثارون ـ المتفيهقون قال المتكبرون» كما ضرب الله مثلا للكلمة الطيبة بقوله: ﴿ أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلاً كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ * تُؤْتِي أُكُلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ * وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِن فَوْقِ الأَرْضِ مَا لَهَا مِن قَرَارٍ ﴾(١).

فالفرد فى النظرية الإعلامية الإسلامية يجب أن يكون سليم التفكير، قادرا على الحكم على الأشياء حكما قوامه الصدق والعدل، ولذلك تتدخل النظرية الإسلامية

(١) سورة إبراهيم، آية ٢٤:٢٦ .

فى كل العمليات الفعلية التى تحدث داخل عقل الإنسان ما بين تعرض الفرد للمنبه أو المعلومة وحتى إتخاذ قرار بشأنها وذلك كما أوضحنا فى كتابنا نظريات الإعلام الإسلامى.

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار مبدأ المواجهة الفكرية هو أن تسمو بالفرد عن مرتبة الخضوع الكامل أو الاستسلام لكل ما يملى عليه.

وعلى هذا فإن الأسلوب الاقناعى للقائمين بالاتصال يجب أن يكون قائماً على أساس الاقناع المجرد القائم على العقل والفكر لا على مجرد الرغبة فى التأثير، لأن التأثير القائم على الاقناع لا يكون مجرد تأثير عارض يزول بزوال السبب، وإنما يكون تأثيراً أصيلا يبقى إلى الأبد.

ونظرا لأهمية العلم والمعرفة للوصول إلى الحقيقة على أساس من الاقناع الصادق فقد دفعت النظرية الإعلامية الإسلامية الفرد دفعا إلى تحصيل العلم والاستزاده منه.. وذلك كما أوضحنا فى مبدأ الذاتية الإعلامية.

المبدأ التاسع عشر:

الولاء القلبى

حسمت النظرية الإعلامية الإسلامية قضية من أهم القضايا التى تشغل بال الإعلاميين، وتؤثر على ما يتعرضون له من قضايا وموضوعات، وهى قضية الولاء أو الانتماء. فقد أثبتت الأبحاث والتجارب العلمية أن الإنسان أيا كانت ثقافته وجنسيته فى حاجة إلى الشعور بالانتماء إلى شىء ، والعمل من أجله، ليشعر بالاطمئنان والأمان.

والولاء فى جوهر نوع من الرقابة الذاتية للفرد على سلوكه وتصرفاته وأقواله، بحيث تعكس الخضوع والانقياد للجهة التى يشعر الفرد بالانتماء إليها وبصورة لا يمكن أن تحققها حتى أقصى القوانين وأصرمها، لأنه يختص بمنطقة القلب، حيث الحب والكره، ولا يستطيع سوى صاحبه أن يمنحه عن طيب خاطر وطواعيه. أما القهر فلا يؤدى إلا إلى تظاهر فقط من الشخص بالحب والولاء.

والنظرية الإعلامية الإسلامية وقد إستهدفت إعداد الدعاة المخلصين للدعوة، كان لابد وأن تتعرض لقضية الولاء . فالولاء فيها محسوم من البداية لله سبحانه وتعالى ﴿أَلَا لِلَّهِ الدِّينُ الْخَالِصُ﴾ (١) ﴿إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ﴾(٢) فالله سبحانه وتعالى يريد عباد يشعرون نحوه بالحب ويتنازلون باختيارهم عن كل ما يغضب الله . ولذلك ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ﴾(٣) . وإذا كان الله تعالى يريد أن يخضع أعناقا بالقهر فما أسهل أن يفعله. قال تعالى: ﴿إِن نَّشَأْ نُنَزِّلْ عَلَيْهِم مِّنَ السَّمَاءِ آيَةً فَظَلَّتْ أَعْنَاقُهُمْ لَهَا خَاضِعِينَ﴾(٤) وإنما يريد سبحانه عبادا يدينون بالحب ويشعرون بالولاء، ويتقلبون فى كل روحاتهم وسكناتهم فى رضوان الله كما قال تعالى: ﴿قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾(٥).

(١) سورة الزمر، آية ٣ .
(٢) سورة الفاتحة، آية ٥ .
(٣) سورة البقرة، آية ٢٥٦ .
(٤) سورة الشعراء، آية ٤ .
(٥) سورة الأنعام، آية ١٦٢ .

ويعنى الولاء لله الولاء لكتابه الكريم، ولرسول ﷺ فيما صح عنه من قول أو عمل. وبذلك يكون ولاء القيم والمبادئ الخالدة ليس ولاء مرتبطا بأشخاص أو هيئات أو جهات قال تعالى: ﴿ وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ﴾(١).

ومن خلال الولاء لله يتحقق هدف النظرية الإعلامية الإسلامية فى إيجاد رجال إعلام يقولون الحق، ولا يخشون فى الله لومة لائم، وفى كل موقف أو قضية يبرزون جوانب الخير والصدق والحق والأمانة، ولا يرضون الغش والتدليس، يواصلون ليلهم ونهارهم من أجل إغاثة الملهوف، وإعانة المنكوب وخدمة الآخرين، دون نفاق أو خداع أو رياء.

وهدف االنظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار مبدأ الولاء القلبى لله هو تحويل الكثرة المؤمنة إلى كل واحد متماسك، فكما يقفون جميعا صفا واحداً أمام الله فى الصلاة، فى مختلف بقاع الأرض يقفون عندما يصبح الولاء لله وكل شغلهم الشاغل هو الصدق والإخلاص وقول الحق والعمل من أجل الآخرين.

(١) سورة ال عمران، آية ١٣٢ .

المبدأ العشرون:

التزكية النفسية

أخذت النظرية الإعلامية الإسلامية بمفهوم التزكية النفسية انطلاقاً من حقيقة مؤداها: أن الإعلام مهما بلغت قوته وتأثيره فلن يستطيع أن يحقق أدنى تغيير فى الفرد ما لم يكن هو نفسه مهيئا للتغيير. وهذا ما عبرت عنه الآية الكريمة ﴿إِنَّ اللَّهَ لا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ﴾(1).

فالإنسان خلقه الله مزودا بقوى وإستعدادات يمكن أن توجه للخير، كما يمكن أن توجه للشر، وإن كانت إرادة الخير فى بعض الناس أقوى، وإرادة الشر فى البعض الآخر أقوى، رلا أن الفرد أو القائم بالاتصال سواء فى تعامله مع نفسه أو مع الآخرين مهمته أن يعمل على تهيئة الظروف لإنماء القوى الموجودة فعلا لديه على أحسن وجه، وذلك بأن يعمل على تنمية القوى التى تدفع إلى الخير، ومحاولة تعديل القوى التى تدفع للشر. وهذا التعديل أو الاعلاء أمر واجب فى ظل النظرية الإعلامية الإسلامية. قال تعالى: ﴿وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا * فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا * قَدْ أَفْلَحَ مَن زَكَّاهَا * وَقَدْ خَابَ مَن دَسَّاهَا﴾(2)﴿ وَمَن تَزَكَّىٰ فَإِنَّمَا يَتَزَكَّىٰ لِنَفْسِهِ﴾(3)﴿قَدْ أَفْلَحَ مَن تَزَكَّى﴾(4)﴿هَل لَّكَ إِلَىٰ أَن تَزَكَّى﴾(5).

والمتأمل لتراثنا الإسلامى يجد إرادة التغيير دائما إلى الأحسن، ويجد أن مقومات الشخصية الإسلامية تستمد قوتها من ترشيد إرادة الفرد وتعهدها قال تعالى: ﴿وَلَقَدْ آتَيْنَا إِبْرَاهِيمَ رُشْدَهُ مِن قَبْلُ وَكُنَّا بِهِ عَالِمِينَ﴾(6) و ﴿ يَا يَحْيَىٰ خُذِ الْكِتَابَ بِقُوَّةٍ ﴾(7) وحديث رسول الله ﷺ «مروا أولادكم بالصلاة لسبع» بمعنى أن تحملهم المسئولية خمس مرات يوميا حتى تتكون لديهم إرادة الصلاة.

(1) سورة الرعد، آية 11 .
(2) سورة الشمس، آية 7، 10 .
(3) سورة فاطر، آية 18 .
(4) سورة الأعلى، آية 14 .
(5) سورة النازعات، آية 18.
(6) سورة الأنبياء، آية 51 .
(7) سورة مريم، آية 12 .

ويتلخص سبيل النظرية الإعلامية الإسلامية إلى ذلك فى المجاهدة والصبر، ولذلك فقد أولت اهتمامها لتدعيم الجانب الارادى لدى الإنسان خاصة وأن الإرادة القوية هى التى تكبح جناح النفس، وتفطمها عن شهواتها، وتجعل الفرد أقوى على إتخاذ القرار السليم الذى يسمو بآدميته.

والمتأمل فعلا لحقيقة العقائد والعبادات والمعاملات يجد أنها فى النهاية تساعد على تقوية إرادة الفرد بالصورة التى تيسر له سبل التسامى والرقى.

وهناك إرتباط وثيق بين التزكية وبين التعليم، ولذلك حرصت النظرية الإعلامية الإسلامية على تأكيد هذا الارتباط الوثيق حيث يتعذر أن تقوم التزكية على الجهل. قال تعالى: ﴿لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولاً مِّنْ أَنفُسِهِمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ * أَوَ لَمَّا أَصَابَتْكُم مُّصِيبَةٌ قَدْ أَصَبْتُم مِّثْلَيْهَا قُلْتُمْ أَنَّىٰ هَذَا قُلْ هُوَ مِنْ عِندِ أَنفُسِكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾(١).

وقد أطلقت النظرية الإعلامية الإسلامية على التزكية النفسية مصطلحاً آخر هو الجهاد. وهو الذى قصده رسول الله ﷺ بعد عودته من إحدى غزواته بقوله «رجعنا من الجهاد الأصغر إلى الجهاد الأكبر» أى جهاد النفس وحملها على الفضائل وأخذها بها.

وفى إطار هذا النوع من الجهاد أوصت بأن يأخذ المسلمون بيد بعضهم البعض فى سبيل محاربة الانحراف والشذوذ، والعادات السيئة والتقاليد الفاسدة والأهواء الضعيفة والعقائد الزائفة وذلك بالأمر بالمعروف والنهى عن المنكر. قال رسول الله ﷺ «من رأى منكم منكرا فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه وهذا أضعف الإيمان» وقال «إن الله لا يعذب العامة بعمل الخاصة، حتى تكون العامة تستطيع أن تغير على الخاصة، فإذا لم تغير العامة على الخاصة عذب الله العامة والخاصة.

---

(١) سورة آل عمران آية ١٦٤، ١٦٥ .

وعلى هذا فإن القائمين بالاتصال مدعوون لدعوة الناس إلى التحاب والاحترام المتبادل وتعليمهم معانى الخير والعدل والجمال والتسامى بهم عن الغايات المادية المجردة والشهوات البهيمية التى تتجه بهم نحو هاوية سحيقة.

ولا يكون ذلك إلا بدعوتهم المستمرة لهم إلى التسامى وإلى التزكية النفسية والأخذ بالفضائل وتحبيبهم فيها، ودفعهم دفعا إلى الاحساس بوطأة الانحراف عنها حتى تحيا فى نفوسهم دائما الرغبة فى التغيير، كما عبر عن ذلك سبحانه وتعالى ﴿إِنَّ اللَّهَ لا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ﴾(١).

وإذا كانت هذه هى وجهة نظر النظرية الإعلامية الإسلامية فإن النظريات الإعلامية الحديثة تتجه نحو سلب إرادة الإنسان وسلب حريته وتخدير عقله سواء عن طريق إثارة الغرائز والعواطف أو عن طريق الوصول به إلى أقصى درجات التوتر النفسى وذلك لدفعه دفعا نحو اتخاذ سلوك معين لتحقيق أهداف معينة وهو الأمر الذى تجنبته النظرية الإعلامية من أجل حماية ذاتية الفرد واستقلاله.

---

(١) سورة الرعد آية ١١ .

المبدأ الحادى والعشرون:

الحرية الإعلامية

قامت النظرية الإعلامية الإسلامية على أساس مبدأ الحرية الإعلامية، فالحرية حق وواجب لكل إنسان، سواء كان مرسلا للرسالة الإعلامية أو مستقبلا لها. وواجب على الآخرين رعاية هذا الحق الإنسانى، على أساس أن حق الفرد على المجتمع واجب ملزم للجماعة بأسرها.

وتعتبر الحرية الإعلامية تتويجا لمبدأين أخذ بهما الإسلام وهما:

١ـ المسئولية .

٢ـ الواجب.

والمسئولية كما يقول الدكتور: حسين فوزى النجار فى كتابه «الإسلام والسياسة» ليست مسئولية الضمير، أو مسئولية القانون[1] وإنما هى مسئولية الإنسان أمام الله مباشرة، وهى مسئولية لا تقف عندالحدود الظاهرة من الأقوال والأفعال فحسب بل تتناول النوايا وما تخفى الصدور، فالله عليم بكل شيء، ولا تغيب عنه جلا جلاله صغيرة ولا كبيرة فى السموات ولا فى الأرض ﴿فَأَيْنَمَا تُوَلُّوا فَثَمَّ وَجْهُ اللَّهِ﴾[2] ﴿وَهُوَ بِكُلِّ خَلْقٍ عَلِيمٌ﴾[3].

فالإنسان مسئول عن نواياه، مسئول عن أعماله أمام الله مباشرة، ولكل عمل جزاؤه، ولكل حسنة ثوابها، والجماعة الإنسانية مسئولة عما تعمل مسئولية الفرد سواء بسواء، إن قصرت فى آدائها لقيت من جزاء الله ما يلقى الفرد من جزائه.

ومن هذه المسئولية يبرز الواجب، فما يعد حقا للفرد أو المجتمع، هو فرض واجب على الفرد للفرد وعلى المجتمع للفرد وعلى الفرد للمجتمع وعلى الدولة

(١) د. حسين فوزى النجار ـ الإسلام والسياسة ـ دار الشعب ـ القاهرة ١٩٧٧ . ص ٩٢ ـ ٩٥.
(٢) سورة البقرة آية ١١٥ .
(٣) سورة يس آية ٧٩ .

للفرد والجماعة معا، فالجماعة الإسلامية كل متكامل يلتقى فيها الفرد بالمجتمع فى نظام يحكمه الواجب الذى يرقى إلى درجة الالزام.

ويفوق الواجب كل إرادة أخرى للفرد، وهو الذى يحدد معنى الحرية ومداها. وفى قوله تعالى : ﴿يريد الله بكم اليسر ولا يريد بكم العسر﴾(1) ما يفصح عن حكمة التشريع الإسلامى ، وهى سعادة الإنسان وأمنه دون غلو أو إسراف. فالشريعة تحكم علاقات الإنسان كما تحكم عقيدته الدينية، وهى التى تحدد مضمون الحرية، فالحرية ليست مطلقة، ولكنها تحمل فى بذرتها القيود التى تحكمها، فالحرية المطلقة حرية مدمرة ، فإن قيدت فلمصلحة الفرد والمجتمع.

وفى إطار هذا النطاق تتحرك الحرية الإعلامية، فهى تقوم على أساس من الثقة فى التزام الأفراد طواعية بمصلحة الفرد والمجتمع، وهى فى الوقت نفسه قيم الإنسانية ومبادئها ومعانيها فى كل زمان ومكان.

وبذلك لا يكون هناك فرض أو رقابة أو تدخل بأى شكل فى عمل القائمين بالاتصال سوى التدخل الذاتى أو المسئولية الذاتية لهم أمام أنفسهم وأمام الله مباشرة.

كما أنه لا يوجد أى تدخل على حرية المستقبلين للرسالة الإعلامية، فهم يتعرضون للمواد التى يختارون هم أنفسهم أن يتعرضوا لها. أما القيد الوحيد الذى جعلته النظرية الإعلامية الإسلامية على حرية العمل الإعلامى فهو فى جوهره قيد أخلاقى يستمد مقوماته من القيم الثابتة للدين الإسلامى.

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ يتلخص فى حفز كافة القائمين بالاتصال على العطاء بلا حدود، وتكريس إمكانياتهم ومواهبهم من أجل نشر وتدعيم القيم الدينية من ناحية ومن ناحية أخرى تهيئة الظروف التى تجعل جمهور المستقبلين للرسالة الإعلامية يتلقونها دون تحفظ. الأمر الذى يدعم ثقة الأفراد فى أنفسهم وفى بعضهم البعض. ويجعلهم أقدر على الصلابة والصمود ومقاومة التحديات التى تواجه المجتمع الإسلامى فى كل عصر وأوان.

---

(1) سورة البقرة آية ١١٥ .

ويختلف مفهوم الحرية الإعلامية الإسلامية من هذه الوجهة عن مفهوم الحرية لدى المعسكرين الغربى والشرقى على السواء. فإذا كانت الحرية الإعلامية هى المبدأ الأول للإعلام فى المعسكرين . إلا أنها تحولت إلى فوضى خلقيه واجتماعية فى وسائل الإعلام المختلفة فى المعسكر العربى. وتحولت إلى حرية طبقة محدودة فى المجتمع الشرقى، وهى طبقة الحزب الذى يقتصر على تثقيف الجماهير بعقائده واتجاهاته دون غيرها. وهو ما تلافته النظرية الإعلامية الإسلامية بإقامتها على أساس قيود الشريعة فقط، وجعلتها للجميع دون استثناء.

المبدأ الثانى والعشرون:
النظرة الشمولية

لما كان الإسلام دين دعوة، وهو الدين الشامل الخالد، فلابد أن تكون الدعوة من الشمولية بحيث ترتفع إلى مستوى الشمولية التى يتسم بها الدين الإسلامى، وتتمثل النظرية الشمولية فى الفلسفة الإعلامية الإسلامية فى الجوانب الآتية:

١. **شمولية الإطار الإعلامى:** فالإطار الإعلامى الإسلامى يتسع ليشمل جميع المسلمين كالقائمين بالاتصال. كل بقدر طاقاته وخبراته وثقافته. وبذلك لم تكن ممارسة الدعوة حكرا لأحد، فوجدنا من ثم الطبيب الداعية والتاجر الداعية والمهندس الداعية بالإضافة إلى المتفرغين للدعوة والمتخصصين فى شئونها كما حددت الآية الشريفة ﴿ فَلَوْلا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾(١).

٢. **شمولية التجربة الإعلامية:** فجميع التجارب الإنسانية فى مجال الاقناع والدعوة من لدن آدم عليه السلام وحتى قيام الساعة مجال خصب للدراسة والاستفادة منها. لأن الإنسانية من حيث مقوماتها الاقناعية وأنماطها واحدة، ولذلك استعادت النظرية الإعلامية الإسلامية من خبرات وأساليب جميع الأنبياء والمرسلين السابقين عليها فى تحديد أسسها ومقوماتها كما تضمنها القرآن الكريم وأوضحتها السنة النبوية.

٢. **شمولية النطاق الإعلامى:** فالنظرية الإعلامية الإسلامية إنطلاقا من الإطار العام للدين الإسلامى الذى يشمل الإيمان والعبادات والمعاملات والنظام الإقتصادى والاجتماعى والعادات والعلاقات الشخصية بين الإنسان وأهله واقربائه ومعارفه وأيضاً النظام السياسى والإدارى والقضائى والدولى، وكل ما يتعلق بالإنسان، وهى فى إطار هذا النطاق لا تستطيع أن تعزل نفسها وأن تقتصر على الوفاء بمتطلبات جانب على حساب جانب آخر، وإنما كل الجوانب على السواء، فتقدم الأخبار

(١) سورة التوبة، آية ١٢٢.

والمعلومات والتفسير والارشاد والتوجيه والتسلية وغيرها مما يحتاج إليه الفرد العادى من معلومات تساعده على التوازن والاستقرار النفسى.

٤.**شمولية النظرة الإنسانية:** حيث تجد الفرد فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية كيانا يتكون من روح وجسم وعقل وقلب ورغبات وضوابط. ويحتاج الإنسان إلى الملاءمة والموازنة بين كل هذه المتناقضات حتى يتمكن من الاستقرار. وقد حرصت النظرية الإعلامية الإسلامية على أن توازن بين مختلف هذه القوى فى تناسق وتوازن. فتوازن بين الإنسان ونفسه من حيث هو جسم وروح، ثم توازن بينه كفرد له حقوق وكيان وبين الأفراد الآخرين فى المجتمع، كما توازن بين المجتمع والمجتمعات الأخرى، ومن خلال ذلك تدبر الصراعات بين مختلف القوى بصورة متوازنة عبرت عنها الآية الكريمة بقوله تعالى: ﴿وَلَوْلا دَفْعُ اللَّهِ النَّاسَ بَعْضَهُم بِبَعْضٍ لَّفَسَدَتِ الأَرْضُ﴾(١) ومن خلال الموازنة بين هذه الصراعات تستوجب النظرية الإعلامية الإسلامية على وسائل الإعلام أن تسلك نفس السبيل حتى لا تغلب كفة على أخرى بالصورة التى تخل بهذا التوازن الدقيق.

٥.**شمولية النطاق الإعلامى:** فالإعلام حق للجميع ، كالماء والهواء، لأنه يعنى العلم بالدين من ناحية، ومن ناحية أخرى يعنى الإحاطة بكافة المعلومات المتضمنة للتوجيه والإرشاد في مختلف جوانب الحياة.. وهو لذلك يجب أن يتوجه إلى جميع أفراد المجتمع أطفالا وشبابا ورجالا وشيوخا، ذكورا وإناثا، لكل طبقات المجتمع دون استثناء.

٦.**شمولية الوسائل الإعلامية المستخدمة فى الإعلام**، فكل وسيلة صالحة للاستفادة منها فى مجال الدعوة يجب أن تستخدم وبأقصى فعالية ممكنة.. ولذلك وجدنا الدعوة فى كل عصر تستخدم كافة وسائل الإعلام فى عصرها وتحسن الاستفادة من الخصائص الفنية لكل منها.. وهذا الاستخدام أمر حتمى وواجب فى النظرية الإعلامية الإسلامية.

(١) سورة البقرة، آية ٢٥١.

وتعنى الشمولية فى مفهوم النظريـة الإعلامية الإسلامية الاستخدام الأمثل للنظام الإعلامى وبأقـصى كفاءة وباقتـدار وبراعة، ولن يتأتى ذلـك دون تخطيط علـمى قائم على تجميع كافـة القوى وإستغلال كل الجهود ومراعاة الواقع الـقائم وتوفير الأسس الضرورية للـنجاح. وذلك فى إطار ينتظم جـميع الأفراد فى المجتمع فيـه عن طواعية ورغبة فى العطاء والعـمل.. وبذلك يصبح المجتمع الإسلامى مثل مـجتمعات النمل والنحـل التى ضرب بـها المثل فـى القرآن الكـريم.. فريق عـمل متكـامل ومتجـانس ومتعاون فى صمت وتفان وتضحية وإيثار من أجل صالح المجتمع وتنميته.

وقد أثمرت لـنا هذه الشمولـية المجتمع الإسلامـى فى صدر الدعوة الذى انـطلق بعدد من الأفراد لا يزيدون عن سكان قرية واحدة مـن قرانا الكثيرة إلى طريق النجاح الرهيـب الذى حققـته الدعوة فـى قرابة مائـة عام فقط... ووصـلت فيهـا إلى حدود الصين شرقا والمحيط الأطلنطى غربا.

وبهذه الشمولية الإعلامية اختلفـت نظرية الإعلام الإسلامية عن نظريات الإعلام الحديثة التى لـم تأخذ بـهذه الشمولية وبالتالى لـم تحافظ على إسـتقرار المجتمع وتوازنه وهو ما تلافته النظرية الإعلامية الإسلامية باقرارها لهذا المبدأ.

المبدأ الثالث والعشرون:

التهيئة النفسية

الرسالة الإعلامية فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية لا توجه هكذا فجأة، ودون مقدمات، مثل الرصاصةالتى تصيب الإنسان بلا أدنى تمهيد، وإنما لابد من جذب انتباه المستقبل للرسالة الإعلامية وأحاطته علما بمصدرها، وعزله عن مختلف المنبهات الداخلية والخارجية التى يمكن أن يتعرض لها فى نفس اللحظة التى يتلقى فيها الرسالة الإعلامية. وهذا ما يسمى بالتهيئة النفسية.

والتهيئة النفسية من المبادىء المساعدة على تأكيد فعالية الاتصال، وهو أسلوب أخذت به النظرية الإعلامية الإسلامية واستفادت منه فى مختلف أنواع الاتصال، حتى فى مجال العبادات . فبالنسبة للصوم نراها تهيء له بعملية رؤية الهلال، حيث يخرج المسلمون ينظرون الهلال ، وما يصحب ذلك من إحتفالات، مما يتناسب مع استقبال شهر ميزه الإسلام وخصه بكثير من الفضائل والصفات.

وفى الحج أيضا يتكرر نفس الشىء ، وينتهى الحدثين بمناسبة يشترك فيها المسلمون جميعا ، ويشعرون بالبهجة والفرح وهى العيد ، الذى يأتى مكافأة لهم على حسن استقبالهم لهاتين المناسبتين . ونفس الشىء بالنسبة للصلاة، فقد هيأت النظرية الإعلامية الإسلامية الدخول فيها بمراحل متعددة ونظرا لأهميتها فقد إختصتها بإسلوب فريد فى التهيئة النفسية ، يبدأ بالأذان الذى يأخذ الفرد من بين مختلف أنواع المنبهات ويهزه بعنف وقوة ويعده لاستقبال الصلاة.. وحتى يتأكد هذا العزل فقد أوجبت النظرية الإعلامية الإسلامية ضرورة المشاركة فى هذه العملية الاتصالية فنجد المستمع يتجاوب مع الرسالة الإعلامية الممثلة فى الآذان بألفاظ محدده مسبقا، فعندما يقول المؤذن الله أكبر، الله أكبر، يكرر المستمع وراءه نفس الكلمات ، وكذلك عندما يقول: أشهد أن لا إله إلا الله ، أشهد أن سيدنا محمد رسول الله يكررهما أيضا. وعندما يقول حى على الصلاة، حى على الفلاح يقول لا حول ولا قوة إلا بالله العلى

العظيم.. إلخ. وحتى تبعده عن باقى المنبهات التى ما زالت تشغل ذهنه.. فقد أوجبت عليه وقبل الدخول فى الصلاة القيام بعملية الوضوء والغسل. وذلك وفقا لترتيب معين أوضحته السنة النبوية وحثت على ممارسة بعض العمليات الإضافية مثل تلاوة بعض الأدعية والأذكار أثناء الوضوء.. والتمهيد للصلاة بصلاة السنة.

ومن خلال ذلك كله ينخلع الفرد عن كل المنبهات التى تشغله ويتهيأ لممارسة الصلاة المفروضة عليه وهومستعد نفسيا لها وحتى يتحقق من هذه الصلاة الآثار المترتبة عليها. فقد حددت النظرية الإعلامية الإسلامية الشكل الأمثل لممارستها وهو الشكل الجماعى فى صلاة الجماعة وجعلت ثوابها من سبع وعشرين إلى سبعمائة ضعف الصلاة التى يصليها االفرد بمفرده وذلك لأنه من خلال الجماعة يمكن أن تنساب القيم والمثل الإسلامية إلى داخل نفس الفرد المسلم الذى أسلم قياده للإمام وانتظم خلفه فى صفوف متراصة متعودا الطاعة والإلتزام لا فرق بين أمير وحاكم وإنسان عادي.. فالكل أمام أداء الواجب سواء، لا فضل لأحد إلا بالتقوى.

وإلى جانب العبادات فقد أخذت النظرية الإعلامية الإسلامية بأسلوب التهيئة النفسية وهى تواجه العادات والتقاليد البالية مثل الربا والخمر.. فقد عمدت إلى التدرج فى مواجهتهما حتى تصل إلى مرحلة يصبح فيها الفرد مهيئا للإستجابة النفسية فتحرمها وهى بذلك ترسم الطريق أمام المسلمين فى مواجهة كافة العادات السيئة فى المجتمع. وحتى تجنبهم الأضرار البالغة التى قد تنجم عن المواجهة العنيفة لهذه العادات.

وكذلك فى مجال العقيدة.. فقد استفادت من تجربة إبراهيم عليه السلام عندما تعامل مع قومه بأسلوب الصدمة العصبية وهو يدعوهم إلى التوحيد، فقد كسر أصنامهم ثم وضع الفأس على كتف كبيرهم وعندما سألوه: ﴿أَأَنتَ فَعَلْتَ هَذَا بِآلِهَتِنَا يَا إِبْرَاهِيمُ (٦٢) قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَذَا فَاسْأَلُوهُمْ إِن كَانُوا يَنطِقُونَ﴾(١) الأمر الذى أدى إلى رد فعل عنيف وقوى وسريع فألقوا به فى النار انتقاما لآلهتهم،، لولا أن نجاه الله تعالى ﴿قُلْنَا يَا نَارُ كُونِي بَرْدًا وَسَلامًا عَلَىٰ إِبْرَاهِيمَ﴾(٢).

---

(١) سورة الأنبياء، آية ٦٣،٦٢.

(١) سورة الأنبياد، آية ٦٩.

أما النظرية الإعلامية الإسلامية فلم تأخذ بهذا الإسلوب فتكسير الأصنام الخارجية لا قيمة له ما لم تحطم الأصنام الداخلية فى نفس كل إنسان ولذلك أخذت بأسلوب الحكمة والموعظة الحسنة، وأعلنت قيمة الإقناع والإقتناع وأوجبته.. وحثت على تهيئة المناخ النفسى للأفراد لتقبل الدعوة. ولذلك نجد رسول الله ﷺ فى كثير من المواقف يستخدم أسلوب التهيئة النفسية. من ذلك مثلا: عندما نزل قول الله تعالى ﴿فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ * إِنَّا كَفَيْنَاكَ الْمُسْتَهْزِئِينَ﴾(١) قام وصعد على الصفا، ونادى بأعلى صوته فأقبلوا عليه يسألون : ماله؟ قال: «أرأيتم لو أخبرتكم أن خيلا بسفح هذا الجبل أكنتم تصدقون؟ قالوا: نعم، أنت عندنا غير متهم. وما جربنا عليك كذبا قط، قال: فإنى نذير لكم بين يدى عذاب شديد. يا بنى عبدالمطلب يا بنى عبد مناف، يا بنى زهرة، يا بنى مخزوم، يا بنى أسد إن الله أمرنى أن أنذر عشيرتى الأقربين، وإنى لا أملك لكم من الدنيا منفعة ولا من الآخرة نصيبا إلا أن تقولوا لا إله إلا الله»، ومن ذلك نلاحظ أن الحرص على إكتساب ثقة المستقبل وتصديقه، يعد من أساليب التهيئة النفسية أيضاً، وهو الأمر الذى حرص ﷺ على إنتزاعه أولا.. قبل أن يخبرهم بخبر الدعوة.

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ هو أن توفر الفرصة للقائم بالاتصال للسيطرة على الظرف الاتصالى وعزل المستقبل عن مختلف أنواع المنبهات التى يمكن أن تمثل تشويشا على الرسالة الإعلامية، وجعل المستقبل فى أفضل وضع نفسى لاستقبال الرسالة الإعلامية. وفى إطار هذه التهيئة اهتمت بالتهيئة النفسية النابعة من نفس الفرد وذلك يجعله فى وضع استعداد دائم لتلقى المعلومات، وذلك بتنمية جانب الخوف الدائم من الله.. والاستعداد المستمر للموت الفجائى فى أية لحظة مما يجعل الفرد أقدر على التفكير المتوازن غير المتعلق بالماديات أو بالصراع القائم حولها.

على أن ما يميز هذه التهيئة النفسية فى النظرية الإعلامية الإسلامية أنها نابعة من

(١) سورة الحجر، آية ٩٤،٩٥.

الفرد نفسه وبمقتضى إرادته وحريته وأن اندفاعه الإعلامى فى اختيارات التعرض بعد ذلك ذاتية.

وهى بذلك تختلف عن الإعلام الحديث الذى يستخدم أسلوب الرقابة فى تقديم المعلومات التى يرغب فى أن يحيط أفراده علما بها فقط. وذلك بمختلف الوسائل المشروعة وغير المشروعة.. ثم يعمد إلى استخدام مختلف الأساليب والوسائل العنيفة لإغراء الفرد وتهيئته لاستقبال هذا الإعلام الموجه.. وتسمى هذه الوسائل بمسميات مختلفة وفقا لنوع الوسيلة المستخدمة وذلك فى محاولتها لاقناع الفرد بأشياء كثيرا ما لا تكون فى صالح إقامة الحياة المستقرة الآمنة الرشيدة التى ينشدها لنفسه.. وهو ما حرصت النظرية الإعلامية الإسلامية على تأكيدها للفرد وإتخاذ كافة الوسائل التى تحقق هدفه وحياته ووجوده الأمثل الرشيد.

المبدأ الرابع والعشرون:

المقدرة الإنتقادية

من المبادئ التى حرصت النظرية الإعلامية الإسلامية على تأكيدها وتحديدها بالتفصيل مبدأ المقدرة الانتقادية ، الذى يعتبر وبحق أداة الضبط الاجتماعى فى المجتمعات الإسلامية.

وتعنى المقدرة الانتقادية أن يكون للأفراد حق النقد، والنقد الذى تدعو إليه النظرية الإعلامية الإسلامية ليس النقد الهدام، وإنما النقد الايجابى الهادف، الذى يساعد الإنسان على إكتشاف جوانب القوة والضعف فى كل ما يواجهه فى حياته من مشاكل، وما يؤديه من أعمال ، وذلك حتى يتخلص من كل عوامل الضعف التى يمكن أن تقلل من كفاءته كعضو عامل فى المجتمع ، وبالتالى يستزيد من مقومات القوة، التى تنعكس بالتالى على قوة المجتمع وتماسكه.

ويتسع مفهوم النقد فى النظرية الإعلامية الإسلامية ليشمل أكثر من مجال، ابتداء من الإنسان نفسه الذى عليه أن يقوم بصورة دورية بنقد كل ما صدر عنه من أقوال وتصرفات وأعمال، وأن يحدد خطأه بنفسه حتى يتلافاه وذلك فيما يسمى بالحساب الذاتى الذى نص عليه الحديث الشريف «حاسبوا أنفسكم قبل أن تحاسبوا وزنوا أعمالكم قبل أن توزن عليكم».

كما يتسع مفهوم النقد أيضا ليشمل الوسط الاجتماعى الذى يعيش فيه الإنسان، على أساس أن ما يدور داخل هذا الوسط ينعكس آثاره على الإنسان، خيرا كان أم شرا، ولذلك أوجبت النظرية الإعلامية الإسلامية على جميع أتباعها ضرورة التناصح فيما بينهم، وأطلق على هذه العملية الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر، بمعنى أن المسلم يجب أن يراقب أخيه مراقبة تامة، ليست مراقبة تجسس وبحث عن العيوب بنشرها، بل مراقبة أخوة ومحبة وعطف وشفقة ليرشده إذا ضل، وينهضه إذا زل، وينشطه إذا مل، ويجنبه كل ما يؤذيه فى حضرته وغيبته، ويبعد عنه كل ما يدنسه،

ولذلك يقول رسول الله ﷺ «إن أحدكم مرآة أخيه فإن رأى به أذى فليمطه عنه» ويقول: المؤمن مرآة المؤمن ، والمؤمن أخو المؤمن يكف عليه ضيعته، ويحوطه من ورائه، وأيضاً «المؤمن أخو المؤمن لا يدع نصيحته على كل حال» وكما قال تعالى: ﴿إلاَّ الَّذينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ﴾(١).

على أن الأمر لا ينتهى عند مجرد النقد وحسب، وإنما حثت على العمل الايجابى لمواجهة الانحرافات والعادات البالية. ولذلك فإن النقد يجب أن يؤدى بالفرد إلى حالة الرفض النفسى فى البداية لهذه الانحرافات ثم يتدرج إلى مرحلة المواجهة الفعلية وكما حدد الحديث الشريف «من رأى منكم منكرا فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه ، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان».

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ هو أن تجعل المجتمع الإسلامى فى حالة يقظة كاملة، يحدد بنفسه أوجه القوة فيزيد منها ﴿وَفِى ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ﴾(٢) ويتخلص من أسباب الضعف والإنحدار على أساس أن معرفة الأخطاء نصف الطريق نحو التخلص منها، كما أن تحديد الأخطاء والعيوب بصورة جماهيرية من شأنه أن يحد إنتشارها من ناحية ، ومن ناحية أخرى يضمن مع مرور الوقت ألا تكون لهذه الأخطاء صفة الشرعية، أو يكون لها حتى مجرد الاعتياد على وجودها، وبالتالى تقبل الآخرين لها.

وهذا الحق الإنتقادى شامل لجميع الموضوعات ولجميع الأفراد الآخرين ليس وفقا لفئة دون أخرى، وإنما لجميع الأفراد على السواء، وبذلك يتحقق ما يسمى فى عرف علماء الاجتماع بالضبط الاجتماعى، أى أن المجتمع يوازن نفسه بالصورة التى تمنع الخروج على قيمه وتقاليده.

وعلى ضوء هذا المبدأ فإن من وظائف القائمين بالاتصال فى المجتمع الإسلامى متابعة أى إنحراف أو خروج على القيم والعادات السائدة، وتسليط الأضواء على أوجه الانحرافات المختلفة، ودرجة الاختلاف الوحيد فى تحديد الانحراف بينها وبين

(١) سورة العصر، آية ٣. (١) سورة المطففين، آية ٢٦.

النظريات الإعلامية الحديثة، هو أن الانحراف هنا يعنى الخروج عن ما لا يتمشى مع مبادئ الدين وقيمه، أما فى النظريات الحديثة فوسائل الإعلام تحدد الانحراف من وجهة نظر السلطات القائمة أو الهيئات أو الجهات الاحتكارية التى تتلافى بحكم سيطرتها على وسائل الإعلام توجيه الانتقادات إلى ما لا تتفق مع مصالحها ورغباتها.

ولذلك كان النقد فى النظرية الإعلامية الإسلامية أكثر تعبيرا عن المجتمع وأكثر إلتصاقا به، لأنه نابع من الرغبة فى تحقيق الصالح العام كما أنه أكثر تقبلا من الأفراد الآخرين وتأثيرا عليهم لأنه قائم على الأخوة الصادقة بين جميع أفراد المجتمع، ومؤسس على التضامن والمودة الموجودة بينهم قال تعالى ﴿إنما المؤمنون إخوة﴾ وقال رسول الله ﷺ «مثل المسلمين فى توادهم وتراحمهم كمثل الجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالسهر والحمى» وذلك بخلاف النظريات الإعلامية الحديثة التى تؤسس فلسفتها الانتقادية على أساس من تسلط فرد أو طبقة أو فئة على باقى المجتمع، وتوجه النقد لما يخدم أهدافها ومصالحها، وهذا ما تلافته النظرية الإعلامية الإسلامية إنطلاقا من إيمانها بالإنسان وآدميته ، وإعتباره كيانا اجتماعيا مؤسسا ومشاركا فى المجتمع الذى ينتمى إليه ، له حقوق عليه بقدر ما عليه من واجبات ، ومن حقوقه على المجتمع أن يمارس الحياة الاجتماعية كاملة غير منقوصة ، وأن ينمى المجتمع لديه المقدرة على الانتقاد الهادف فى إطار القيم والأخلاقيات الدينية بما يساعد على تحقيق توازن المجتمع واستقراره.

المبدأ الخامس والعشرون :

الذاتية الإسلامية

تعنى الذاتية الإسلامية الموقف الذى يتخذه الإسلام من كافة شئون الحياة ، سواء فيما يتعلق بما بين الفرد ونفسه، أو بعلاقاته مع الآخرين أو بعلاقاته مع ربه، أو بمعنى آخر مجموعة القيم والمبادئ التى جاء بها الإسلام.

وتحدد النظرية الإعلامية الإسلامية بهذا المبدأ للقائمين بالاتصال الأساس الذى يعتمدون عليه فى كل ما يقدمونه من مضمون، خاصة وأن للدين الإسلامى الرأى السديد والموقف النبيل الذى يمكن الإسترشاد به فى مختلف مجالات الحياة السياسية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية والفنية، ولهذا فإنه لا يجوز للقائمين بالاتصال أن يتلفتوا يمينا أو يسارا ليبحثوا عن نظريات يهتدون بها فى حل مشكلات مجتمعاتهم.

ولقد وضحت حدود هذا المبدأ منذ عهد رسول الله ﷺ وأصحابه، فقد كان إعتزازهم بالذاتية الإسلامية الدعامة الأساسية لبناء الشخصية الإسلامية المستقلة. يوضح ذلك ما رواه البخارى عن أبى السوار العدوى قال سمعت عمران بن حصن قال: قال النبى ﷺ : «الحياء لا يأتى إلا بخير» فقال بشير بن كعب: مكتوب فى الحكمة، إن من الحياء وقارا، وإن من الحياء سكينة، فقال عمران، أحدثك عن رسول الله ﷺ وتحدثنى عن صحيفتك.

ومن ذلك أيضا ما يرويه الإمام أحمد رضى الله عنه بإسناد صحيح عن سبدنا جابر رضى الله عنه عن سيدنا عمر بن الخطاب رضى الله عنه ـ أتى النبى ﷺ بكتاب أصابه من بعض أهل الكتاب، فقرأه على النبى ﷺ ، قال. فغضب وقال: «أتتهوكون فيها يا ابن الخطاب، والذى نفسى بيده لقد جئتكم بها بيضاء نقية. لا تسألوهم عن شىء ، فيخبروكم بحق فتكذبون ، أو بباطل فتصدقونه، والذى نفسى بيده لو أن موسى كان حيا ما وسعه إلا أن يتبعنى».

ثم يقوم النبى ، خطيباً ليحدد معالم التثقيف للفرد المسلم ومصادر تعليميه فيقول: «يا أيها الناس إنى قد أوتيت جوامع الكلم وخواتيمه، واختصر لى اختصارا، وقد أتيتكم بها بيضاء نقيه، فلا تتهوكون، ولا يغرنكم المتهوكون ثم أمر ﷺ بتلك الصحيفة فمحيت.

وعلى هذا فإن منهج القائم بالاتصال إنطلاقا من مبدأ الذاتية الإسلامية يعنى ألا يفرط القائم بالاتصال فى شخصيته، ولا فى تراثه، ولا فى قيمه ومبادئه وإنما على ضوء ذلك يمكن الاستفاد من آخر مبتكرات الغرب ومكتشفات الشرق وبالصورة التى تدعم وتقوى هذه الذاتية.

وهذا نفس ما فعله أسلافنا الأوائل، وعندما ترجموا علوم الهند والفرس والروم واليونانيين ثم استوعبوها. تمثلوها بذاتياتهم الإسلامية وكان من أعظم ثمارها الحضارة الإسلامية التى ظلت سائدة لقرون طويلة ، وهو نفس ما ينبغى على القائمين بالاتصال أن يلتزموا به من أجل عودة الوعى للحضارة الإسلامية العربية.

خاتمة

نختتم بـهذه الكلمة المبادئ الـعامة للنظريـة الإعلامية الإسلامية ، ولا نظـن أننا قد أتينا فيـها بجديد، لأنها فعلا حـقيقة واقعة، تضمنهـا القرآن الكريم ، وفصلتـها السنة النبوية ، وقد لنـا التاريخ الإسلامى منذ ظهور الدعوة وحـتى الآن الإطارات المختلفة لتطبيقاتها.

أما دورنا فـقد اقتصـر على إماطـة اللثام عـن جوانب هذه الـنظرية المـضيئة الـتى مازالت تعتبر النموذج الصادق لما يـجب أن يكون عليه الإعلام الحديث الذى يواكب هموم الجماهير وقضاياها الملحة ويحقق التواجد الإعلامى الشامل على ضوء العقيدة الإسلامية وتعاليهما السمحة التى تأمر المسلم بأن يكون صادقا فى كل شىء، فى حياته وسلوكه وأفكاره، وصادقا مع نفسه ومع الآخرين وفى نفس الوقت يسقط من حسابه كل عـمل أو قول يخـل بهذا المنـهج الذى رسـمه الإسلام للإنـسان المسلـم وحرص أكمل الحرص على الالتزام به.

وما توفيقى إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب

مصادر الدراسة ومراجعها

أولاً: القرآن الكريم:

ثانياً: الكتب العربية والمترجمة:

- د. إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامى، الطبعة الأولى، القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٨٠.
- : الإعلام والاتصال بالجماهير، الطبعة الأولى، القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٦٨.
- أبو الأعلى المودودى: الإسلام اليوم، القاهرة، دار التراث العربى للطباعة والنشر، ١٩٧٥.
- د. إجلال خليفة: الوسائل الصحفية وتحديات المجتمع الإسلامى المعاصر، الطبعة الأولى، القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٨١.
- أنور الجندى: عالمية الإسلام، سلسلة إقرأ (٤٢٦)، الطبعة الأولى، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧٧.
- د. جمال الدين العطيفى: حرية الصحافة وفق تشريعات ج. م. ع، الطبعة الأولى، القاهرة، مطابع الأهرام، ١٩٧١.
- د. جيهان رشتى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، الطبعة الثانية، القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٧٧.
- : نظم الاتصال ـ الإعلام فى الدول النامية، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الفكر العربى، ١٩٧٢.
- د. حسن الشرقاوى: نحو علم نفس إسلامى، الطبعة الثانية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٩.
- د. حسين فوزى النجار: الإسلام والسياسة، الطبقة الأولى، القاهرة، دار الشعب ١٩٧٧.
- د. خليل صابات: الإعلان ـــ تاريخه، أسسه، قواعده، فنونه، أخلاقياته، الطبعة الأولى، القاهرة، الأنجلو المصرية، ١٩٦٩.
- د زيدان عبدالباقى: علم النفس الاجتماعى فى المجالات الاجتماعية، الطبعة الأولى، القاهرة، مكتبة غريب، ١٩٧٧.
- د. سامية مصطفى الخشاب: علم الاجتماع الإسلامى، الطبعة الأولى، القاهرة، دار المعارف، ١٩٨٠.
- د. سمير حسين: بحوث الإعلام الأسس والمبادىء، الطبعة الأولى، القاهرة، مؤسسة دار الشعب، ١٩٧٦.

- سيد سابق: دعوة الإسلام، الطبعة الأولى، بيروت، دار الفكر، ١٩٧٨.
- محمد متولى الشعراوى: معجزة القرآن ـ الطبعة الأولى، الجزء الرابع، كتاب اليوم، مؤسسة الأخبار، القاهرة، ١٩٨٢.
- د. عبداللطيف حمزة: الإعلام فى صدر الإسلام ـ الطبعة الأولى، القاهرة، دار الذكر العربى، ١٩٧١.
- د. عبدالكريم زيدان: أصول الدعوة، الداعى والمدعو، الطبعة الأولى، جـ ١، المختار الإسلامى، بدون تاريخ.
- د. محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية، الطبعة الأولى، القاهرة، مكتبة كمال الدين، ١٩٧٨.
- د. محمد منير محمد صابر حجاب: نظريات الإعلام الإسلامى، الطبعة الأولى، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٢.
- : العروة الوثقى ـ دراسة لمقومات نجاح الصحافة الإسلامية، الطبعة الأولى، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٢.
- د. محى الدين عبدالحليم: الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية، ط ١، القاهرة، مكتبة الخانجى، ١٩٨٠.
- د. مختار التهامى: الإعلام والتحول الاشتراكى، الطبعة الأولى، القاهرة، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، ١٩٦٤.
- د. مصطفى الرافعى: الإسلام نظام إنسانى، الطبعة الأولى، القاهرة المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، ١٩٦٤.
- د. مصطفى كمال وصفى: مصنف النظم الإسلامية، الطبعة الأولى، القاهرة، مكتبة وهبة، ١٩٧٨.
- فتحى رضوان: الإسلام ومشكلات الفكر، سلسلة اقرأ (٣٧١) دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٣.

ثانيا: بحوث غير منشورة:

- محمد طلعت أبو صير: الدعاة إلى الله فى القرآن الكريم ومناهجهم، رسالة دكتوراه، جامعة الأزهر، كلية أصول الدين، ١٩٧٩.
- د. محمد منير محمد صابر حجاب: موقف الصحف اليومية من قضايا الفكر الدينى، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٧٨.
- هاشم عبدالظاهر إبراهيم: جهود المرأة المسلمة فى الدعوة إلى الله خلال القرن الأول الهجرى، رسالة ماجستير، كلية أصول الدين، جامعة الأزهر، ١٩٧٨.

رابعاً: الدوريات:

- مجلة رابطة الإسلام: مكة المكرمة، العدد ١١ و١٢، السنة الثانية، سبتمبر وأكتوبر ١٩٨٠.

خامساً: الكتب الأجنبية:

- Albig, Wilian, - Public Opinion "Modern" (n y, Mc Graw Hill, 1956). Blumcr, H., The Crowd, ThePublic, and the Mass, in Schramm, (ed)The Process and Effects of Mass Communication (Urbana: University of Illinois Press, 1963).
- Deffeur, Melvin,Mass Media as Social Systems in Theories of Mass Communication, (NY, David Mckay, 1970).
- Leys, Colina Models, Theories, and the Theory of Political Parties in Harry Eckstein and David Apter, Comparative Politices, AReader (Glencoe, Thc Free Press, 1963).
- Schramm, W. Responsibility in Mass Communication (Ny, Harper, 1957).

  ; Communication in Made Society, Urbana University of Illinois Press, 1948.
- Sereno and Mortensen, (ed.) Foundation of Communication Theory (NY; Harper and Row; 1970).

القسم الثاني :

الإعلام الإسلامي نماذجه ونظرياته

تمهيد:

مازال آلاف الباحثين منذ القرن الأول الهجرى وحتى الآن يقدمون الدراسات والتفسيرات التى تفسر لنا سبب هذا الانتشار الواسع للدين الإسلامى.

وعلى الرغم من شمول هذه الدراسات لأغلب الجوانب تقريباً، إلا أن هناك جانباً منها ظل مهملا طوال هذه العصور، ولم تزد المحاولات التى بذلت لاستكشافه عن الدراسات التى تناولت عنصر الرسالة الإعلامية والتى كانت محل اهتمام البلاغيين، بالاضافة إلى بعض ملاحظات واستنتاجات لكبار الأئمة الدعاة التى نلقى الضوء على بعض جوانب النظرية الإعلامية الإسلامية.

وعلى الرغم من هذه الوفرة التى تزخر بها المكتبة العربية فى مجال الدعوة الإسلامية إلا أنها تكاد تخلو إلا من كتب قليلة تربط الدراسات الإعلامية الحديثة بأصول الدعوة الإسلامية، وتحاول أن تكشف لنا العطاء عن هذا البنيان المتكامل للنظرية الإعلامية الإسلامية التى تضمن القرآن الكريم نظرياتها ونماذجها ومبادئها فيما اشتمل عليه من آيات كثيرة تتناول الجوانب المختلفة للقائمين بالاتصال والجمهور، والمضمون والوسائل الإعلامية والأساليب المختلفة للإقناع والتأثير، مع تحديد كافة العوامل النفسية والعقلية والمادية والاجتماعية والمعنوية التى يمكن أن يكون لها تأثير على عملية الاقناع سواء بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة، فى مجال استعراض أخبار الأنبياء والمرسلين عليهم الصلاة والسلام ومواقف أقوامهم ومضمون دعواتهم ووسائلهم الإعلامية وأساليبهم المختلفة للإقناع والتأثير.

ولقد استوعب المصطفى ﷺ مضمون هذه النظرية، وصدر عنها فى كل أقواله وتصرفاته، وقدم لنا المعالجة الحقيقية لمشاكل التطبيق الإعلامى للنظرية الإسلامية. وفى ميدان هذا التطبيق الحى للنظرية استوعب الصحابة رضوان الله عليهم وعلماء المسلمين هذا المنهج الإعلامى والتزموا بحدوده، ومبادئه، الأمر الذى جعل لهم هذا التأثير الكبير على مسيرة التاريخ الإسلامى ويجعلهم ينجحون أعظم نجاح فى غزو العقول واستمالة القلوب بالمنطق والحجة والموعظة الحسنة للدرجة التى جعلت الأمر

يلتبس على البعض ويتهم العرب بمحاولة فرض الإسلام بالسيف.. وهذا منطق لا أساس له من الصحة، وإلا فلماذا ظل ولاء أبناء الشعوب التى فتحها الإسلام حتى عندما ضعفت القوة الإسلامية والدولة الإسلامية؟

والأمر الذى يغيب عن بال كل هؤلاء هو أن الإسلام دين دعوة، ولم يكتب له هذا الإنتشار الكبير إلا بفضل هذا البنيان المتكامل للنظرية الإعلامية بالإسلامية التى اهتمت بكافة عناصر عملية الاتصال بصفة عامة. وبصفة خاصة فقد ركزت على تكوين القائمين بالاتصال أو الدعاة. ذلك أن تكوين الدعاة يعنى تكوين الأمة.

وإذا كنت أحاول بهذه الدراسة ان أحدد الملامح الأساسية للنظرية الإعلامية الإسلامية فلكى أحدد الأسس الإعلامية التى بفضلها انتشر الإسلام، والتى قام على أساسها المجتمع الإسلامى والحضارة الإسلامية.

ولما كان أمر آخر هذه الأمة لن يصلح إلا بما صلح به أولها ـ كما يقول سيدنا رسول الله ﷺ ـ فلابد ونحن بصدد الإنبعاث من جديد، والنهوض من غفلتنا، واللحاق بركب الحضارة، أن نعود إلى هذا الصرح الإعلامى، ونجعله أمامنا ونحن نعد دعاتنا، سواء فى مجال الدعوة، أو فى مجال الصحافة والإذاعة والتليفزيون، أو فى غير ذلك من المجالات الإعلامية التى لا شك فى أنها تحتاج إلى إخلاص العاملين فيها والتزامهم بالقيم والاخلاقيات الإسلامية والقواعد المنهجية التى تعيد للإنسان إحترامه وآدميته، وتنقذه من اسفاف وامتهان بعض النظريات الحديثة التى تسوق عقله وتستغل غرائزه.

وهناك عوامل عديدة تساعد ـ فى تصورى ـ على الإعداد لتحقيق هذا الهدف وهى:

١ ـ تدريس فنون الإعلام الدينى لطلاب كليات وأقسام الصحافة والإعلام.

٢ ـ إنشاء مركز للدراسات الإعلامية الإسلامية تابع لوزارة الأوقاف أو لجامعة الأزهر وتكون مهمته:

أ ـ تشجيع طلاب الدراسات العليا بأقسام وكليات الصحافة على دراسة موضوعات الإعلام الإسلامى بمختلف وسائل التشجيع المادية والمعنوية.

ب ـ تقديم مختلف أنواع العون للباحثين المهتمين بشئون الإعلام الدينى.

جـ ـ الإعلان عن المسابقات لأحسن الكتب فى مجال الإعلام الإسلامى وتقديم المكافآت المجزية لمؤلفيها وطبعها على نفقة المركز.

د ـ عقد الندوات العلمية بصفة دورية، وطرح بعض جوانب الإعلام الإسلامى للمناقشة، ودعوة بعض الأساتذة الأجانب لحضور هذه الندوات.

هـ ـ إنشاء مجلة متخصصة للإعلام الإسلامى تقوم بطبع أحد البحوث فى الإعلام الإسلامى.

و ـ إنشاء دبلوم عال للدراسات الإعلامية الإسلامية يقبل جميع الحاصلين على مؤهلات عليا من مختلف التخصصات. وذلك لإثراء الدراسات الإعلامية بالتخصصات الأخرى.

الباب الأول

التعريف بالاتصال الإسلامى

«الدعوة الإسلامية»

تعريف الدعوة

كلمة الدعـوة من الالفاظ المشتركة التـى تطلق إسما، ويراد بها الـدين، أى حقائق الإسلام وأركانه وتكاليفه، قال تعالى «له دعوة الحق، أى دعوة التوحيد.

كما أنها تطلق مصدراً، ويراد بها النداء والـنشر والتبليغ. وسياق إيرادها هو الذى يحدد المعنى المطلوب. والذى يهمنا هنا هو الدعوة بمعنى النشر والتبليغ(١).

والدعوة بهذا المعنـى مرادفة لمفهوم الاتصال الذى يعنى كمـا يقول الباحث «كارل هوفلاند» العملية التى ينقل بمقتضاهـا الفرد «القائم بالاتصال» منبهات «عادة ما تكون رموزاً لغوية» لكى يعدل سلوك الأفراد الآخرين «مستقبلى الرسالة»(٢).

التعريف اللغوى:

والدعوة لغة من الدعاء إلى الشىء بمعنى الحث على قصده، أو المحاولة العملية أو القولية لإمالة الناس إليه. جاء فى معجم مقاييس اللغة: أن الدال والعين الحرف المعتل ـ أصل واحد، ومعناه: أن تمـيل الشىء إليك بصوت وكلام يكـون منك، تقول دعوت أدعو دعاء، والـدعوة إلى الطـعام بالفـتح، والدعوة إلى الـنسب بالـكسر، ومنـه داعية اللبن؛ وهو مـا يترك فى الضرع لـيطلب به ما بعـده، ومنه تداعت الحيـطان؛ إذا سقط واحـد وراء آخر فـكأن الأول يـدعو الـثانـى، ودواعـى الدهـر: صروفـه لأنهـا تأتـى متعاقبة(٣).

وجاء فى المصباح المـنير: دعوت الله ادعو دعاء: أى ابتهلت إليـه بالسؤال، ورغبت فيمـا عنده من الخـير، ودعوت زيدا: نـاديته. ودعا المـؤذن إلى الصلاة: فـهو داعى الله والجمع دعاة(٤).

أما فى أساس البلاغة للزمخشرى: دعـوت فلانا: ناديته. النبى داعى الله، وهـم دعاة الباطل، ودعاة الضلالة(٥).

ومما سبق نـرى أن كلمة (دعوة) تفـيد لغويا المحاولات القـولية والفعلـية من أجل تحقيق هدف أو عمل ما(٦).

التعريف الاصطلاحى للدعوة:

تعتبر الدعوة من أوجه النشاط الإنسانى التى مارسها الإنسان منذ القدم للتأثير على أفكار وإتجاهات الآخرين، وهى من الظواهر المألوفه لدينا، والأمر الذى يبعث على الدهشة حقا هو عدم وجود تعريف جامع شامل لها حتى الآن. وتكاد تكون كل التعريفات التى وضعت لها مبهمة غامضة، أو ضيقة لاتتسع لها كنشاط شامل.

وقد عرفها بعض العلماء بأنها قيام العلماء والمستنيرين فى الدين بتعليم الجمهور من العامة ما يبصرهم بأمور دينهم ودنياهم على قدر الطاقة(٧). أما الشيخ «البهى الخولى» فيعرف الدعوة بأنها نقل الأمة من محيط إلى محيط، ويعرفها الشيخ «على محفوظ» بانها حث الناس على الخير والهدى والأمر بالمعروف والنهى عن المنكر ليفوزوا بسعادة(٨). الدارين.

وتوجد بالإضافة إلى ذلك تعريفات عديدة للدعوة. فهى عند «السيد الوكيل»: جمع الناس على الخير، ودلالتهم على الرشد بأمرهم بالمعروف ونهيهم عن المنكر(٩). أما «آدم عبدالله الألورى» فيعرفها بأنها صرف أنظار الناس وعقولهم إلى عقيدة تفيدهم أو مصلحة تنفعهم. وهى أيضا ندبة لإنقاذ الناس من ضلالة كادوا يقعون فيها أو مصيبة تحدق بهم(١٠).

ويعرفها الدكتور «أحمد غلوش» بانها العلم الذى به تعرف كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق(١١).

ويعرف الدكتور «محى الدين عبدالحليم» الدعوة بانها تزويد الجماهير ـ بصفة عامة ـ بحقائق الدين الإسلامى المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة بواسطة قائم بالاتصال لدية خلفية واسعة ومتعمقة فى موضوع الرسالة التى يتناولها وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها فى معتقداته وعباداته ومعاملاته(١٢).

ورغم أهمية هذه التعريفات وتناولها لبعض جوانب النشاط الإعلامى الإسلامى إلا أنه يلاحظ عليها ما يلى:

١ ـ ركزت كافة هذه التعريفات على الهدف النهائى للدعوة وهو التأثير، وحددت أبعاد هذا التأثير فى جوانب هى الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر وحث الناس على عمل الخير.

٢ ـ ركز التعريف الأول والأخير على أهمية تخصص القائم بالاتصال أو الداعية وتمكنه من موضوع الرسالة التى يتناولها.

٣ ـ انفرد التعريف الذى قدمه الدكتور غلوش بالتركيز على الأسس الفنية للإقناع والتأثير.

تعريف جامع للدعوة:

ولتحديد مفهوم الدعوة تحديداً جامعا مانعا لابد أن ننظر إليها على أنها إتصال ناجح بالجماهير. والاتصال فى صورته العامة هو عملية نقل وتبادل الحقائق والخبرات والمعلومات والآراء والشعور والأحساس والاتجاهات وطرق الأداء والأفكار بواسطة رموز من شخص إلى آخر أو إلى مجموعة أفراد وقد تكون هذه الرموز لغة أو أرقاما أو رسوما أو غيرها.

ولكى يتحقق الاتصال الناجح لابد من توافر مقومات عديدة هى:

١ ـ مرسل: لديه أفكار أو معلومات أو خبرات أو وجهات نظر معينة يريد توصيلها. وهذا المرسل فى مجال الإعلام الدينى قد يكون فردا أو جماعة أو هيئة.

٢ ـ مستقبل: وهو الذى يتوجه إليه المرسل بأفكاره وآرائه وإتجاهاته من أجل هدف معين.

٣ ـ الرسالة: وهى النتاج المادى الفعلى للمصدر الذى يضع فكره فى رمز معين قد يكون خبرا أو فكرة أو دعوة لتغيير أو تجديد، وتتعدد الأشكال التى تتخذها الرسالة، فقد تكون فى صورة كلمات مكتوبة أو موجات صوتية أو إشارة يمكن تفسيرها وإعطاءها شكلا محدداً.

٤ ـ الوسيلة: وحينما يتم ترجمة هذه الصور الذهنية إلى رموز فإنها تصبح قابلة

للانتقال بسهولة وفاعلية ولكنها لا يمكن أن تذهب بعيدا إلا بواسطة المخترعات الحديثة. ويلاحظ أن الكلمات المنطوقة أسرع فى الانتقال من الكلمات المطبوعة. ولكن الكلمات المطبوعة ترحل بعيدا جدا وتستمر عبر الزمن. وهناك الكثير من الرسائل خلدت عبر الزمن وذلك مثل القرآن الكريم والأحاديث النبوية وأقوال الصحابة رضوان الله عليهم والأعمال الأدبية الخالدة.

وعلى الرغم من تعدد الوسائل الإعلامية التى يمكن استخدامها وتراوحها ما بين وسائل الاتصال الشخصى بمختلف أنواعها ووسائل الاتصال الجماهيرى. إلا أن هناك عوامل تحكم إختيار هذه الوسائل منها: مدى توافرها وفاعلينها وتأثيراتها فى محيط معين، كما أن هناك أسسا للاختيار تدور حول مدى ما تملكه هذه الوسائل من خصائص موضوعية أو وصفية ومقدار خدماتها الإعلامية(١٣) ومدى الانتشار الجغرافى والطبقة الاجتماعية التى تنتشر بينها بالإضافة إلى عوامل السن وطبيعة الوسيلة وإمكانياتها الفنية وعمرها وقدرتها على الوصول إلى مجموعات خاصة ومميزاتها من حيث التكرار والأثر.

٥ ـ التأثير: والتأثير هنا قد يستهدف التأثير الدينى البحت كتغيير السلوك نحو العادات مثل الإعلام بمناسك الحج وأصول صيام رمضان وموقف الإسلام من غير المسلمين وجزاء غير المزكين وثواب المجاهدين. إلخ.. وقد يكون تأثيرا دنيويا كتغيير السلوك العام نحو مختلف القضايا والشئون الدينية التى تخدم أهداف الدعوة الإسلامية وذلك من منظور دينى. حيث تبذر بذور الصدق والوفاء والامانة والإخلاص وإحترام الكبير والعطف على الصغير.

٦ ـ البحوث: وتمثل البحوث الخطوة الأولى الأساسية فى نجاح الدعوة وتستمد بحوث الدعوة أهميتها من الإطار الذى تعمل فى نطاقه والذى يضم الاتجاهات والقيم والرغبات والحاجات الإنسانية... وهى نوع المتغيرات التى لا يمكن حصرها والتعرف عليها بدقة إلا عن طريق البحث العلمى الدقيق، ودون الاعتماد على الاجتهادات الشخصية غير الموضوعية.

ورغم عدم الاهتمام بالبحوث الميدانية والتحليلية فى مجال الإعلام الدينى حتى الآن إلا أنها من الممكن أن تلعب دوراً رئيسيا يتمثل فى التعرف على آراء الجماهير ودوافعها وتحديد اتجاهات الرأى العام والعوامل المؤثرة فيه، وردود الفعل لدى الجماهير بالنسبة لوسائل الاتصال وذلك لتحديد أنسب الطرق للتعامل مع الجماهير وتغييرها أو التأثير عليها ودفعها للسلوك الإسلامى الصحيح.

فضلا عما تسهم به البحوث فى تحديد مشاكل العالم الإسلامى تحديدا دقيقا، وأنسب الطرق لحلها وتحديد الكيفية التى يمكن بها ربط الدين بالحياة المعاصرة وكيفية تلبية متطلباتها وتحديد أفضل الطرق للاقناع والتأثير، الأمر الذى يساعد فى النهاية على نجاح الدعوة.

٧ ـ التخطيط: ويعتبر التخطيط من أهم السمات التى يجب أن تعتمد عليها الدعوة الإسلامية التى يجب أن تقوم على أساس علمى تجريبى ويتناول التخطيط:

- تحديد المشكلة.
- الغرض من البرنامج.
- جمع المعلومات والحقائق المتعلقة به.
- تحديد الجمهور.
- تحديد المضمون وأشكال التعبير المختلفة.
- اختيار وسائل النشر.
- تحديد الميزانية.
- توقيت البرنامج.
- متابعة البرنامج.
- دراسة النتائج والتقويم.

والالتزام بالخطوات السابقة عند التفكير فى وضع خطة للدعوة لفكرة ما ـ من شأنه أن يوفر أحد مقومات النجاح للدعوة.

فالدعـوة اذن مثل أى نشاط اتـصالى[١٤] تتضمـن حدوث تفاعلات بين عـناصر العملية الاتصالية: المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل. فهذه المكونات تتفاعل بشكل ديناميكى. كما أنهـا ليست ثابـتة. أى أنه لا يمكن إعـتبارها عناصـر متغيرة مـن حيث المساحة والزمن. بل إن الاتصـال يتغير حتى أثناء قيام الفرد بتحليله أو دراسته، بمعنى آخر لا يمكـننا أن نفهم أى جـانب من جوانب عـملية الاتصـال إذا درسناها منفـصلة، وأبعدنـاها عن المكونـات الأخرى المتصلة بـها، وذلك لأن التغـيرات التى تطـرأ على جانـب واحد مـن جوانب عـمليـة الاتصـال قد تؤدى إلـى حدوث تعـديلات عـلى الجوانب الأخـرى. ولهذا تبدو أهـمية تحليل عـملية الاتصـال إلى عناصرهـا الأولية، وتحديد دور كل عـنصر وأثره فى إحداث التأثـير المطلوب. كما أن أى تعـريف جامع للدعوة يجب أن يتضمن الاشارة إلى كافة هذه العناصر.

وعلى هـذا يمكننـا أن نعرف الدعـوة بأنها جـهد فنى وعـلمى مدروس ومـخطط ومستـمر وصادق من قـبل القائـم بالاتصال، ـ هـيئة كانـت أم جماعة أم فـرداً ـ لديه خلـفيه واسـعه ومتـعمقـة فى موضـوع الرسالـة التى يـتناولـها ويسـتهدف الاتـصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده بـكافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة وبطريق الإعلام والإقناع وذلك بغرض تكوين رأى عام صائب يـعى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها فى معتقداته وعباداته ومعاملاته.

ومن هذا التعريف نستخلص الحقائق الاتية:

١ ـ إن الدعوة ليـست نشاطا عشـوائيا وإنما نشاط مـخطط ومرسوم لإحداث تـأثير مرغوب فى وقت محدد وبأسلوب معين مختار.

٢ ـ لا تسـتهدف الـدعوة مـجرد تحقـيق الرضـا العـام وإنتزاع مـوافقة الجـماهـير لأهداف الداعـية فقط. ولكـنها نشاط هـادف وموجه لخدمـة الجماهير وإرشـادها إلى طريـق الخير والـقضاء عـلى الخرافات والـبدع والانحـرافات وكل مـا يعوق حـركة المجتمع وتقدمه.

٣ ـ إن الدعوة فى مـحاولتها التـأثير لا تعتمـد على إثارة الغرائـز ولكنها تسـتخدم الإقناع والإعلام لتحقيق أهدافها.

٤ ـ إن الدعوة تعالج أوجه النقص والقصور فى الخدمات الإعلامية التى تقدمها وسائل الإعلام وتعمل على إعادة التوازن والاستقرار للمجتمع الحديث.

مستويات الدعوة

تتحدد مستويات الدعوة وفقا لنوع الجمهور الموجهة إليه ويمكن تحديدها فى ثلاث مستويات:

الأول: ويشمل غير المسلمين. والدعوة على هذا المستوى واجبة على جميع أفراد الأمة المحمدية، وهدفها نشر الإسلام. ويطلق على هذا النشاط لفظ دعوة أو دعاية قال تعالى ﴿ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾(١٥). ﴿فَلِذَٰلِكَ فَادْعُ وَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ﴾(١٦). ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾(١٧). أما الأحاديث فقد جاء فى رسائل النبى ﷺ إلى الملوك: أدعوك بدعاية الإسلام.

فالدعاية إذن مرادفة للدعوة. وعلى الرغم مما يقصد بها اليوم من ترويج الباطل وتمويه للفاسد على سبيل قلب المعنى. فإن الدعاية تظل قائمة على المعنى الأصلى الذى هو ترويج الحق(١٨). وقد إستخدمت فى أوربا فى العصور الوسطى للدلالة على النشاط الخاص بنشر التعاليم المسيحية. ولم يتغير هذا المعنى إلا فى العصور الحديثة. وخاصة فى فترة ما بين الحربين العالميين الأولى والثانية(١٩).

المستوى الثانى للدعوة: ويشمل دعوة عامة المسلمين إلى الخير والأمر بالمعروف والنهى عن المنكر ويقوم بهذا النوع من النشاط خواص الأمة العارفون بأمور الدين وأسرار التشريع، وهم المشار إليهم فى قوله تعالى ﴿فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾(٢٠).

المستوى الثالث: وهو ما يكون بين الأفراد وبعضهم مع بعض ويستوى فى ذلك جميع الأفراد بالدلالة على الخير والترغيب فيه والنهى عن الشر والتحذير منه... وقد جعل الله تعالى هذا التواصى بالخير آية الإيمان قال تعالى: ﴿وَالْعَصْرِ ۝١ إِنَّ الْإِنسَانَ لَفِي خُسْرٍ ۝٢ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ﴾(٢١).

وقد قصرت النظرية الإعلامية الإسلامية إستخدام لفظى الدعوة والدعاية عندما تكون الدعوة على المستوى الأول أما المستويات الثانى والثالث فقد جعلت النظرية الإعلامية لكلمة الدعوة مرادفات أخرى يمكن إستخدامها وفقاً لطبيعة النشاط الممارس وهى:

١ ـ الوعظ: وهو استثارة المشاعر الدينية بكل ما يوقظها من رقدتها لتنبعث إلى عمل الخير وإلى الثبات على الحق[٢٢] أو كما يقول للشيخ على محفوظ هو القول الحق الذى يلين القلوب ويؤثر فى النفوس ويكبح جماح النفوس المتمردة ويزيد النفوس المهذبة إيمانا[٢٣]. وهداية قال تعالى ﴿فَمَن جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ﴾[٢٤]. وقال ﴿أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُل لَّهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلاً بَلِيغًا﴾[٢٥].

٢ ـ الإرشاد: هو هداية الناس إلى الطريق المستقيم والحث على الخير.

٣ ـ التذكير: هو تعريف الناس بنعم الله وحثهم على الشكر على تلك النعم وتحذيرهم من مخالفة الله كما فى قوله تعالى ﴿وَذَكِّرْهُم بِأَيَّامِ اللَّهِ﴾[٢٦] ﴿وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَىٰ تَنفَعُ الْمُؤْمِنِينَ﴾[٢٧].

٤ ـ البشارة: هى الإخبار بما يدخل السرور والانشراح فى الصدور.

٥ ـ التبشير: وهو الإخبار عن الجزاء والثواب.

٦ ـ الترغيب: وهو الحث على ما يترتب على الثواب.

٧ ـ الإندار: هو الإعلام مع التخويف وهو أيضا أخبار عن العقاب ومنه الترهيب وهو الترويع بما يترتب على العقاب.

الدعوة والأنشطة الاتصالية الأخرى:

على الرغم من أن الإعلام باجهزته ووسائله ونظريات وتقنياته الحديثه كان غير معروف وقت نزول الوحى على صاحب الرسالة ﷺ، إلا أنه بتطبيق المقاييس العلمية الحالية على الدور الملقى على عاتق الدعوة الإسلامية، نستطيع أن نقول إن الإعلام كان ولازال أداة هذا الدين ودعامته الرئيسية.

ولن نتجاوز الحقيقة إذا قلنا إن الدين الإسلامى دين دعوة وأن الدعوة عمل إعلامى بكل ما تحمل هذه العبارة من معنى فى أذهان اساتذة وخبراء الإعلام والاتصال[٢٨] ذلك أن الدعوة كما قلنا جهد فنى وعلمى مدروس ومخطط ومستمر وهادف من قبل قائم بالاتصال ـ هيئة أو جماعة أو فرد ـ لديه خلفية واسعة ومتعمقة فى موضوع الرسالة التى يتناولها ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وفئاته النوعية وأفراده بكافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة وبطريق الإعلام والإقناع وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها فى معتقداته وعباداته ومعاملاته.

والدعوة بهذا المعنى تختلف عن كل من الإعلام والدعاية والعلاقات العامة والإعلان.

فالإعلام كما يعرفه (أوتوجروت) هو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير وروحها وميولها وإتجاهاتها بمعنى أن الإعلام لابد أن يكون صادقا ومجرداً من الميول والأهواء غير متحيز قائما على أساس من التجربة الصادقة متمشيا مع الجمهور الذى يتوجه إليه.

ويعرفه الدكتور عبداللطيف حمزة[٢٩] بأنه الجهود التى يبذلها الناس لتأييد الأفكار والعقائد والمذاهب ويقول الدكتور إبراهيم إمام فى معرض حديثه عن الإعلام، وإن الإعلام يقدم حقائق مجردة بعضها سار وبعضها غير سار. فالإعلامى ليس له غرض معين فيما ينشر على الناس اللهم إلا الإعلام فى حد ذاته. والإعلام بهذا المعنى هو تلك العملية التى يترتب عليها تأثير عقلى فى عقلية الفرد أو الجمهور[٣٠].

أما الأسس التى يقوم عليها الإعلام فقد حددها العلماء[٣١] فيما يلى:

١ ـ الحقائق التى تدعمها الأرقام والإحصاءات.

٢ ـ التجرد من الذاتية والتخلى بالموضوعية فى عرض الحقائق.

٣ ـ الصدق والأمانة فى جمع البيانات من مصادرها الأصلية.

٤ ـ التعبير الصادق عن الجهود التى يتوجه إليها الإعلام.

وهذا يعنى ما يلى:

ـ إن الإعلام الذى لا يقوم على أساس الواقع تنتفى عنه صفة الإعلام.

ـ إن رجل الإعلام الذى يفرض وجهة نظره الشخصية التى تمليها عليه أهواؤه على المعلومات التى يقدمها للجمهور ويلون هذه المعلومات على حسب ما يراه يفقد ثقته كرجل إعلام.

ـ إذا لم يكن الصدق والأمانة منهاجا فى الحصول على البيانات وإستقائها من مصادرها فإن الإعلام يفقد أهم دعامة له وهى عامل الصدق.

ـ إن الإعلام إذا لم يعبر تعبيراً موضوعيا وأمينا عن تراث الأمة وعادات الجماهير وتقاليدها التى يتوجه إليها وإذا لم يناسب ثقافات وتفكير هذه الجماهير وروح هذه الأمة فإن هذا الإعلام سوف لا يلائم جمهوره وبالتالى لا تستطيع الجماهير فهمه أو التجاوب معه.

وهناك اختلاف كبير بين مفهوم الدعوة ومفهوم الإعلام بالمعنى المشار إليه ويمكن أن نحصر جوانب هذا الإختلاف فى النقاط الاتية:

ـ إن الإعلام فى أعلى مستوياته وصوره ومهما توافرت له الدقة والموضوعية وليس سوى ترجمة أمينة لواقع موجود فعلا أما الدعوة فهى سعى حثيث وهادف لبناء واقع جديد ولتنمية الواقع الموجود فعلا وفقا للمبادىء التى حددتها الدعوة والتى تهدف إلى الخير وتحاول أن تصل بالإنسان إلى تمام الخير وكماله.

ـ إذا كان الإعلام هو التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير وميولها وإتجاهاتها فإن الدعوة تشكيل لعقلية الجماهير وإعلاء لميولها وتسامى بإتجاهاتها على نحو يحقق التوازن والإستقرار فى المجتمع ويبرز قوى الخير والبناء والسلام.

ـ يتسم مضمون رجل الإعلام بعدم الثبات والتغير حيث أن هدفه هو تقديم الحقائق والمعلومات عن الواقع المتغير. أما مضمون الدعوة فثابت ويتحدد إطاره

بالمبادىء الأساسية التى حددها الدين الإسلامى منذ ظهوره ولهذا فلم يطرأ على الإطار العام لمضمون الدعوة أى تغيير مهما تغيرت الأمكنة وتباعدت الأزمنة.

ـ إن مضمون الدعوة مضمون مقدس نزل به الوحى من قبل الله رب العالمين ولم يتدخل فيه البشر أو يشارك فى إعداده بشكل أو بآخر.

ـ يختلف الداعية عن الاعلامى فى أن الدعوة مهمته الرئيسية التى كلفه الله بها ولذلك فهو يعيشها بقلبه ويصدر عنها فى سلوكه وتصرفاته ويعمل لأجلها طوال عمره وعلى اختلاف أحواله ومهمته محددة فقط فى مجرد الإبلاغ قال تعالى ﴿فَإِن تَوَلَّيْتُمْ فَاعْلَمُوا أَنَّمَا عَلَىٰ رَسُولِنَا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ﴾(٣٢).

وكما تختلف الدعوة عن الإعلام فهى أيضاً تختلف عن الدعاية: ـ فالدعاية بمعنى الترويج للحق وهو المعنى القديم الذى ظل سائدا حتى بداية هذا القرن لا يختلف عن مفهوم الدعوة بل يعتبر مرادفا لها.. كما أشرنا سابقا.. أما الدعاية كما يعرفها «ولتر ليبمان» بمعنى محاولة التأثير فى شخصيات لأغراض تعتبر غير علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها فى مجتمع ما فى زمن ما بالذات(٣٣) فتختلف عن الدعوة من حيث أنها جهود العلماء والمستنيرين فى الدين بتعليم الناس ما يبصرهم بأمور دينهم ودنياهم ولذلك فهى تقوم على الصدق والصدق وحده وتخاطب العقول والعواطف المستنيرة وترتقى بمستوى الرأى العام بتثقيفه وتنويره لاتخديره وخداعه.

الفرق بين الدعوة والتعليم:

نستطيع أن نعرف التعليم بأنه التغيير الذى يطرأ على العلاقة الثابتة بين منبه يدركه الفرد وإستجابة يقوم بها سواء كانت هذه الاستجابة علنية أم خفية(٣٤).

وهناك صلة وثيقة بين التعليم والدعوة من حيث أن هدف الداعية من الدعوة عادة هو تغيير سلوك الناس، فالداعية يريد أن يحدث تغييرا فى سلوك الفرد أى أن يجعله يتعلم. ولهذا كان التعليم ركنا من أركان الدعوة وأداة ضرورية من أدوات الإرشاد، فالدعوة تعليم الكبار والتعليم إرشاد الكبار والصغار.

ولأهمية التعليم كان الأنبياء والمرسلون[٣٥] معلمين، لانهم وعاظ من جهة ومربون من جهة أخرى.. فإذا كان الواعظ يعلم الناس بخطبه فى الجوامع والمجتمعات ويعلمهم الحلال والحرام ويأمرهم بالمعروف وينهاهم عن المنكر. فإن وظيفة المعلم أن يضاعف ذلك لأنه يوجه القلوب إلى الخير ويعدها ليغرس فيها الصلاح حتى إذا صلحت صلح بها الناس، ولهذا جعل الإسلام العلم رفيق العبادة، ورفع العلم فى كثير من المناسبات على العبادة. وفى الحديث الذى رواه الترمذى وابن ماجه عن ابن عباس رضى الله عنهما «فقيه واحد أشد على الشيطان من ألف عابد».

فهدف الدعوة والتعليم واحد وهو تربية النفوس وتليين الطبائع وتعويدها الرحمة والصبر والأناة.. ولابد أن يسبق الدعوة تعليم كما أنه لابد للتعليم من الممارسة العملية، ولهذا كما جاء فى كتب السيرة «ما بعث الله نبيا إلا راعى غنم، وبعث موسى وهو راعى غنم، وبعثت أنا وأنا أرعى غنم أهلى بأجياد» فالتمرين على رعاية[٣٦] الحيوان يربى النفوس على الصبر والأناة، وهى صفة أساسية لازمة لرعاية الإنسان وتعليمه قال تعالى ﴿كُونُوا رَبَّانِيِّينَ بِمَا كُنتُمْ تُعَلِّمُونَ الْكِتَابَ وَبِمَا كُنتُمْ تَدْرُسُونَ﴾[٣٧] أى كونوا علماء فقهاء. كما روى البخارى عن ابن عباس فالربانى فى هو الذى يربى الناس بصغار العلوم قبل كبارها.

الفرق بين العلاقات العامة والإعلان والدعوة:

هدف العلاقات العامة هو خلق أو تنمية جو من الاهتمام والعطف حول مشروع أو جماعة، لا يرمى مباشرة وحتما إلى الكسب.. ويعرفها الدكتور «إبراهيم إمام» بانها العلم الذى يدرس سلوك الأفراد أو الجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعى. فالهدف من العلاقات العامة هو رعاية العلاقات السليمة فى المجتمع وكسب رد الجماهير وضمان التفاهم بين المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية من جهة، وبين الجماهير من جهة أخرى[٣٨].

أما الإعلان فيقصد بـه نشر المعلومات والبيانات عن السلع والخدمات أو الأفكار فى وسائل النشر المختلـفة بقصد بيعها أو المساعدة فى بيعها أو الترويج لها نظير دفع مقابل(٣٩).

والدعوة تختلف عـن كل من العلاقات العامة والإعلان من حيـث طبيعة الهدف فبينما يستهدفان تحقق مكسب مادى بصورة مباشرة أو غير مباشرة. فإن الدعوة جهود لا يستهدف منهـا مكسب مادى. وموجهه دائما إلى الخيـر.. ذلك أنها تحاول أن تصل بالإنسان إلى تمام الخير وكـماله ولذلك شرعت له كثيرا من التعاليـم كل منها له هدفه الخاص لتصـل فى النهاية إلى الـهدف الرئيسى الذى ترجـوه للدعوة لمتبعـيها ألا وهو السعادة والسلام.

أهمية الدعوة وأهدافها ووظائفها

تنبـع أهمية الدعوة مـن أهمية الديـن، فالدين من أبـرز العوامل التى لـعبت دوراً حيويا فى حياة الشعوب وتشكيل الرأى العـام بها ـ فقد كان الإنسان دائب التفكير فى البحـث عما وراء هذا الوجـود. ولا يوجد مجتـمع من المجتـمعات البشـرية إلا وقام بناؤه الاجتماعى علـى معتقدات دينية خاصة منذ فجر الإنسـانية ـ ذلك أن الدين يمثل ضرورة اجتماعية لازمت الإنسانية منذ نشأتها الأولى(٤٠).

ويزيد من أهمية الـدعوة اتساع الرقعة التى يمتد إليها الـدين وتعدد المجالات التى يشملها.. ولقد حرص العلماء المسلمون على إبراز هذا الشمول. فنجد الغزالى(٤١) فى كتاب إحيـاء علوم الدين يتناول فـى القسم الأول منه العبـادات وأسرارها بعد أن مهد لـذلك ببحـث فى حقيـقة وقيمـة العلم وبـحث آخر فى قـواعد العقـائد. وهذا الجانـب من العبـادات شمل أسرار الـطهارة والصـلاة وأسرار الزكاة وأسـرار الحج وآداب التـلاوة والأذكار والأدعـية والأوراد أى أنـه شمـل أركان الإسـلام كلـها بما تستـتبعه من فـضائل ونوافل. أمـا الجزء الثانـى فقد عالج تـصحيح العـادات وتحسين الآداب وأنماط الـسلوك علـى المستـوى الفردى وعلـى المستوى الاجـتماعـى مختتـما بالمكارم النبويـة التى يجب أن تحتذى أى أنه فى هذا الجزء أكد حـقيقة وهى أن الدين

الإسلامى تضمن جميع جوانب الحياة الإنسانية. حتى طريقة الأكل والشرب نجد للإسلام رأيا فيها وفى آدابها، إلى جانب الزواج والكسب والصحبة والمعاشرة والسفر.. إلخ. وإذا تصفحنا الجزء الثالث وجدناه يعنى بالجانب النفسى للفرد محللا نزعاته وميوله وعيوبه وطريقة إصلاحها وموقفه من الحياة وطريقة أداء نفسه لوظائفها وكيفية توجيه ذلك فى حدود الإرشادات الدينية التى لا يضن بها الإسلام أما فى الجزء الرابع فيتناول الفضائل التى رآها الغزالى جديرة بالتمثل فى الفرد المسلم من أجل سلامة المجتمع الإسلامى.

فليست الشريعة إذن مجرد مجموعة من القواعد أو قوانين السلوك التى أوحى بها الدين حيث تتحدد بها العبادة وواجبات الإنسان الأخرى.. بل إنها فى الواقع نظام اجتماعى(٤٢) كامل يتضمن كافة أوجه النشاط الإنسانى، وكافة القوانين المنظمة لهذا النشاط بما فيها تلك التى تتعلق بواجبات الإنسان نحو ربه.

ويمكن أن نلخص المعانى التى يحملها الدين والتى على ضوئها تتحدد أهداف الدعوة على النحو الآتى: ـ

١ ـ التجربة العقلية للشعور بالله وإمكان الاتصال به وحبه وحمده.

٢ ـ شعور الإنسان بذاته كعقل ووعى متميز تماما عن البدن.

٣ ـ تقبل وتفسير الطبيعة كمعرض للإبداع الإلهى والاستجابة لها كوسيلة لتنفيذ مضمون الحكمة الإلهية العامة. ولا شك أن الطبيعة فى هذا المقام تقدم فرصا للتمتع النفسى والروحى والحسى. تلك المتع التى هيأها الله لخلقه وأعطاها قدرات على استيفائها وتقديرها.

٤ ـ الإشتراك فى الحياة الاجتماعية كمثالية دينية أساسية وليس لمجرد التدرج البيولوجى أو النفع المادى العاجل.

٥ ـ الشعور بالسلام والأمن والسكينة والمتعة والسعادة الروحية لاتصال النفس والعقل بالله وهذا الشعور قد يبدو فرديا يحس به الإنسان.

٦ ـ رؤية قصور الهمة ووجود النقص والإحساس بالذنب مع رؤية الطريق الواضح للخلاص، وتبدو فى هذا المقام ذنوب التقصير فى آداء الواجب مماثلة للذنوب بإرتكاب ماليس مسموحا، أى أن الجانب السابق يوازى الجانب الإيجابى فى هذا الصدد.

٧ ـ السماح بتقبل التطهر والتقديس والخيرية وإدراك الحق والخير والجمال فى كل صورها كمنح إلهية ممنوحة للناس.

٨ ـ الموقف الممتاز تجاه المحن والآلام والأحزان: ـ فهو من جهة يشعر الإنسان بطريق مباشر أو غير مباشر بضرورة تفادى ما تسوء عاقبته. أما عن جهة ما يتصل بالحوادث الظاهرية فيرشد الناس إلى التحمل والصبر الواثق بالله الذى يهيء السبيل إما إلى كشف الغمة وإما إلى التنوية إلى التحمل[٤٣].

وهكذا يتضح لنا أن الدين الإسلامى ليس مجرد كلمات تردد ولا خطب تلهب حماس الناس ولا فلسفة تخاطب العقول وليس لها من واقع الحياة شيء. وإنما هو دين عملى يبعث فى أتباعه الحس والحركة وينطلق فى إطار هذه المعانى ليؤمن للناس ما تتطلع اليه عقولهم وقلوبهم من راحة وطمأنينة فى النفس وخير ورشاد فى واقع الحياة.

والدعوة هى طريق هذا الدين إلى قلوب الأفراد والجماعات، فهى القوة التى تشد الأفراد والجماعات إلى بعضهم البعض داخل المجتمع.. وعن طريق هذا الاتصال يؤثر[٤٤] الفرد على الأفراد الآخرين ويتأثر بهم ويحدث التداخل بين مواقفهم وآرائهم وأنماط سلوكهم، ومضمون الدعوة بالنسبة للحياة الاجتماعية شأنه شأن الدم بالنسبة لجسم الإنسان، ولجسم الإنسان مجموعة من الخلايا العضوية التى يبقى حياتها سريان الدم بين أجزاء الجسم وبعضه.. فإذا ما توقف الدم فى جسم الإنسان فقد الجسم حياته وتحللت وتفككت أجزاؤه.

والرقعة التى تشغلها الدعوة وتتحرك فى نطاقها لا تقل إتساعا عن الرقعة التى يمتد إليها الدين.. ومن هنا تتعدد أهداف الدعوة وتتداخل لتشمل كافة جوانب الحياة.

وتختلف أهـداف الدعوة عن أهداف الاتصال من زوايا متـعددة، وتحديد أهداف الدعـوة يستـلزم التوقـف قليـلا أمام أهداف الاتـصال الأساسـية كما حـددها علـماء الاتصال.

وتحدد الدكتورة جيهان رشتى فى كتابها الأسس العلمية لنظريات الإعلام أهداف الاتصال من وجهة نظر الفرد القائم بـالاتصال أو المرسل بأنها فى أغلب الأحوال هى: ـ الإعلام ـ التعـليم الترفيه ـ الإقنـاع، أما المتلقى أو المسـتقبل فأهدافه من المشاركة فى عملية الاتصال هى:

١ ـ فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث.

٢ ـ تعلم مهارات جديدة.

٣ ـ الإستمتاع والإسترخاء والهرب من مشاكل الحياة.

٤ ـ الحصـول على معـلومات جديـدة تساعـده على إتخـاذ القرارات والتـصرف بشكل مقبول اجتماعيا.

وبناء عـلى التقسـيم السابق فـإنه يمكن تـقسيم أهداف الـدعوة حسب وجهـة نظر القائم بالاتصال إلى نوعين من الأهداف.

أ ـ أهداف للداعية من الاتصال بالجمهور.

ب ـ أهداف للجمهور من تلقى الرسالة.

وهناك تقسيم آخر للدعوة حسب الجمهور الموجهه إليه إلى:

أ ـ أهداف الدعوة مع المسلمين.

ب ـ أهداف الدعوة مع غير المسلمين.

ويتطابق هذا الـتقسيم مع مرحلة تاريخـية قائمة فى حياة المسلمـين، فالأول تتطابق مع أهداف الدعوة الإسلامية فى المدينة والثانية مع أهداف الدعوة فى مكة حيث تؤثر طبيعـة الظـروف المحيطة والجمهور على تحديد هذه الأهـداف، كما يمكن تقسـيمها

أيضا إلى أهداف بعيدة المدى تتناول جوانب العقائد وأهداف متوسطة المدى وتهتم بالجوانب السلوكية والاجتماعية، وأهداف قصيرة وتختص بمراقبة جوانب الحياة اليومية وتتبع أى إنحراف عن قيم الدين.

وعلى ذلك فإنه يمكن تحديد الأهداف العامة للدعوة الإسلامية وعلى ضوء الأهداف الأساسية للدين فى النقاط الآتية:

١ ـ الدعوة إلى توحيد الله عز وجل وإفراده بالعبادة ووصفه بكل صفات الكمال وتنزيهه عن الشريك والمثيل والصاحبة والولد، وذلك فى المجتمعات غير الإسلامية. أما فى المجتمعات الإسلامية فالعمل على حماية عقيدة الأمة وتجليتها للشباب وغرسها فى قلوبهم ومساندتها بقوة الحجة ووضوح الدليل.

٢ ـ الدعوة إلى الإيمان بالله واليوم الآخر وما فيه من بعث وحساب وحشر وجزاء، حيث يجد المرء هناك جزاء ما قدمت يداه ﴿فَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۝٧ وَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ﴾(٤٦).

٣ ـ تجلية محاسن الإسلام ومزاياه وتقريب مفاهيمه وحقائقه للناس كل حسب قدراته واستعداداته.

٤ ـ العمل على تزكية النفس بالفضائل الأخلاقية والمبادىء الإيمانية والاجتماعية وفى إطار ذلك بيان محاسن الإسلام ومزاياه.

٥ ـ بيان طرف العبادات والتركيز على آثارها الدنيوية من حيث أنها تربية حكيمة لمشاعر النبل والصفاء والقوة والتماسك.

٦ ـ بيان طرق العبادات الصحيحة.

٧ ـ بيان المنهج السليم الذى رسمه الإسلام لعلاقة الإنسان بربه ونفسه وبأهله وزوجته وأولاده وجميع الناس.

٨ ـ مراقبة جوانب الحياة اليومية ومقاومة أى خروج عن قيم الدين وسلوكياته والاشادة بالقيم النبيلة وذلك عن طريق الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر والمساعدة على نقل التراث الاجتماعى الإسلامى من جيل إلى جيل.

٩ ـ حماية المجتمع الإسلامى من الأخطار الخارجية والداخلية التى تتهدده وذلك بالعمل على نشر الأخبار عن هذه الأحداث وتفسيرها وإيجاد الرأى العام المؤمن الواعى الذى يقدر حقيقة وجوده ومسئولياته فى كل ما يدعى إليه من أعمال تستهدف الصالح العام.

١٠ ـ تنمية الملكات العامة والقدرات الخاصة وفتح المجال واسعا أمام أفراد المجتمع الإسلامى للسير والرقى فى أرض الله بمنهج الله دون أن تحدهم عوائق أو عقبات.

وفى اطار هذه الأهداف الأساسية تتحقق وظائف الإعلام فى المجتمع الإسلامى فيزود الداعية الجمهور بالأخبار الصحيحة والمعلومات السامية لا وفقا لأهوائه ونزعاته وميوله أو ميول الجهات التى يعمل لصالحها وإنما فى إطار هذه المبادىء السامية التى تأخذ بيده نحو الموضوعية فى الإعلام. وليست الموضوعية المجردة وإنما الموضوعية الهادفة التى تحقق الاستقرار للمجتمع.

وفى إطار اهتمام الإسلام بالإنسان وإحترام شعوره بذاته كعقل ووعى متميز عن البدن، فإن القائم بالاتصال أو الداعية فى ظل النظرية الإعلامية الإسلامية لا يفرض دعوته على الجمهور أو يسوقهم إليها سوقا أو يعمد إلى استثارة غرائزهم وعواطفهم لأن شعاره مستمد من قوله تعالى ﴿لا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ﴾(٤٧) وفى إطار احترام الإنسان أيضا جعلت النظرية الإعلامية للجمهور كمستقبل للرسالة الإعلامية حق المراقبة وحق الضغط الاجتماعى على القائمين بالاتصال إذا خرجوا على الأهداف الأساسية المعلنة التى أقرها الإسلام وأعطى الحصانة لإجماع الجمهور على موقف معين. ومن ذلك ما رواه صاحب الذخيرة من قول رسول الله ﷺ «لا تجمع أمتى على خطأ» فاجتماعها على أمر يدل على أنه صواب وحتى يجب امتثاله. وأيضا ما ورد عن الترمذى عن عبدالله بن عمر رضى الله عنهما من قول رسول الله ﷺ إن الله تعالى لا يجمع أمتى على ضلالة.. ويد الله على الجماعة من شذ شذ فى النار».

ولا شك أن شعور القائمين بالاتصال بهذه الرقابة الاجتماعية من شأنه فى حالة إفتقاد الدافع الذاتى أو الرقابة الذاتية من شأنه أن يجعل القائم بالاتصال أو الداعية

يراجع نفسه ألف مرة قبل أن يقدم أخبارا أو معلومات أو حقائق كاذبة خاصة وأنه يعرف مقدما أنه مرفوض من الجماهير التى تقيّم رسائله على ضوء إطار الدلالة الإسلامى.

ولم تستبعد النظرية الإعلامية وجود أوعيات من القائمين بالاتصال يسعون بالنميمة والكذب والاشاعات داخل المجتمع، ولذلك فقد حددت موقفها منهم على النحو الآتى فى جانبين: ـ الأول وتعتمد فيه على حسن إدراك وتصرف الجمهور قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾(٤٨). بمعنى أن على الجمهور أن يتحقق من مدى صحة هذه الأخبار ويدرسها جيدا ليقف على أسبابها ومسبباتها ومدى صدقها وكذبها وذلك قبل أن يتخذ أى موقف كما أن للجمهور أيضا أن يستعين بأهل الرأى والخبرة من المتخصصين وغيرهم الذين يوثق بهم لتفسير الأحداث ومساعدته على حسن ادراكها قال تعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ﴾(٤٩).

أما الجانب الثانى فخاص بنشر الأخبار الكاذبة والشائعات. وموقف النظرية الإعلامية من ذلك يوضحه حديث رسول الله ﷺ فيما أخرجه أبو الدرداء رضى الله عنه «أيما رجل أشاع على رجل مسلم بكلمة وهو منها بريء ليشينه فى الدنيا كان حقا على الله تعالى أن يدنيه يوم القيامة فى النار حتى يأتى بأنفاذ ما قال» أما من يصحح مثل هذه الأخبار فكما قال رسول الله ﷺ «من ذب عن عرض أخيه بالغيبة كان حقا على الله أن يقيه النار.

بل إن على القائم بالاتصال أو الداعية فى كل كلمة أو موقف أن يتحرى الصدق والاخلاص وأن يبذل قصارى جهده لكلمة الحق ومن ذلك ما رواه أبو سعيد الخدرى عن رسول الله ﷺ قال.. «لا يحقرن أحدهم نفسه أن يرمى أمر لله تعالى عليه فيه مقال فلا يقول فيه.. فيلقى الله وقد أضاع ذلك فقول الله: ما منعك أن تقول فيه؟ فيقول يارب خشية الناس فيقول: فإياى كنت أحق أن تخشى». وما رواه أبو سعيد

الخدرى أيضا من قول النبى ﷺ «لايمنعن رجلا مهـابة الناس أن يتكلم بالحق إذا علمه ألا إن أفضل الجهاد كلمة حق عند سلطان جائر.

وهذا الموقف مـن الإعلام والتشديد عـلى أسلوب ممارستـه نابع من إيمان الـنظرية الإعلامية الإسلامـية بأهميته وبمدى جسامـة الخطأ الذى يترتب على سـوء إستخدامه سواء على المستوى المحلى والقومى أو العالمى.

فالقائـم بالاتصال وهو يقـدم المعلومات والحقـائق والأخبار إلى الجمـهور أو وهو يفسرها ويعلق عـليها أو وهو يعلم الخبرات الجديدة والسلـوكيات الجديدة ليس حرا يفعل مـا يشاء وانما مقيد بـاعتبارات وضوابط أشرنا إلـيها بالإضافة إلى ذلـك عليه أن يتوقع النتـائج غير المرغوبة ويتجنبهـا، أما النتائج المطلوبة أو المرغوب فـيها على المدى البعـيد فهى التـى ينبغـى أن يخطط لهـا ويضعها فـى اعتباره. وهـذا المفهوم يتـفق مع المفـهوم الحديث الـذى قدمه لـنا «تشـارلز» و «رايت» وأسمـياه بالـتحلـيل الوظيـفى وسوف نتعرض لمناقشة فيما بعد.

بقيت وظيفه أخيره من وظائف الدعـوة أو الإعلام الإسلامى وهى الترفيه، والقائم بالاتصال المسلم أو الداعية وهو يرفه عن الجماهير ويخفف عنها أعباء الحياة ومشاكلها ليس له أن يثير غرائز الجمهور وعواطفه وليس لـه أن يتبذل بل إنه ليس مطالبا بالترفيه لمجرد التـرفيه فقط، وإنمـا مطالب بان يقـدم الترفيه الـهادف الذى يروح عن الـنفوس ويعدها لما بعده من جهاد وكفاح ومشقة وعمل. ولذلك دعا إليه رسول الله ﷺ وحث عليه بل كان يفعله؛ من ذلك أنه عندما شـرع المسلمون فى بناء مسجد المدينة نجده ﷺ يعمل معهم كأحدهم ويحمل التراب واللبن وينقل الحجارة بنفسه وهو يقول: ـ

الـلهـم لا عيـش إلا عـيش الآخـرة

فـاغـفــر لـلأنـصــار والمــهـاجـرة

الأمر الـذى ضاعف من حـماس الصحـابة رضوان الله عـليهم فـأخذوا يعمـلون ويرجزون: ـ

لئن قعدنا والرسول يعمل

لذاك منا العمل المضلل

وهذا النوع من الغناء العفيف يحقق الهدف المطلوب وهو الترويح عن النفوس من عناء العمل والمشقات وينشطها من الكسل.. أما الترفيه الذى يثير الغرائز ويبعث دوافع الشهوات فهو مرفوض من النظرية الإعلامية الإسلامية رفضا باتا.

وهكذا يستخدم المجتمع الإسلامى نظامه الإعلامى لتوسيع رقعة العالم الإسلامى من ناحية، ومن ناحية أخرى لنقل التراث الإعلامى من جيل إلى جيل وحمايته من كل ما يعرضه للتحلل والفناء والإندثار. أما حراسة الذين يزودون باقى أفراد المجتمع بالمعلومات عن الأحداث ويفسرونها ويعلمونهم المهارات الجديدة ويقدمون لهم الترفية الهادف فقد استخدمت لهم مسميات عديدة تعكس حقيقة أدوارهم ووظائفهم الإعلامية كيما أوضحنا ذلك سابقا.

ويرجح السبب فى الحرص على تبليغ الرسالة الإعلامية إلى الجمهور إلى أن النظرية الإعلامية الإسلامية جعلت الدعوة رسالة والدعاة حملة رسالة ودعاة فكر وبناة جيل كما أن الدعوة ليست وظيفة، يبتغى بها أجرا فإذا قل الأجر أو انقطع تغير الحال فيتأخر عن السير فى موكب الدعوة أو يخالف قوله فعله(٥٠) وعندما تصبح الدعوة رسالة مخلصة لوجه الله فإن الكلمة حينئذ تستمد قوتها من واقعها لا من زينتها وتستقى مجالها من صدقها لا من بريقها(٥١).

وأخيرا فإن النظرية الإعلامية الإسلامية جعلت من القائمين بالاتصال أو الدعوة وحدة واحدة، متكاملة فهم جميعا ينهلون من منهل ثقافى واحد ويلتزمون بمبادىء واحدة يدعو إليها القائم بالاتصال فى الصين واليابان وروسيا وأمريكا وجنوب إفريقيا. اليوم وغدا وبعد ألف سنة.. وهذه الوحدة العالمية تجعل من الدعاة مؤسسة عالمية للدعوة تجمعها رابطة واحدة هى رابطة الإسلام مهما اختلفت الأمكنة والأزمنة، الأمر الذى يعطى الدعوة فرصة الاستفادة من الأثر التراكمى للدعوة عبر عشرات ومئات السنين ويجعلها دائما فى تقدم مضطرد ويوفر لها صفة الرسوخ وبذلك يتحقق قول الله تعالى «إنما المؤمنون أخوة»(٥٢).

خصائص الإعلام الإسلامي

جعلت النظرية الإعلامية الإسلامية للإعلام الإسلامى مجموعة من الخصائص العامة التى ميزته بها عن الإعلام المعاصر ويمكن أن نحدد هذه الخصائص على النحو التالى: ـ

١ ـ يعتبر كل أفراد المجتمع الإسلامى قائمين بالاتصال ومسئولين عن تبليغ الدعوة كل على حسب قدرته وعلمه، ومراقبة أى خروج أو إنحراف عن القيم الإسلامية وفى نفس الوقت فلم تنف ضرورة وجود المتخصصين القائمين على أمر الدعوة على بينة وعلم وبصيرة وتمكن وخبرة بأحوال الدعوة وملابستها وهى المتمثلة فى قول الله تعالى ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ﴾.

٢ ـ الإعلام الإسلامى إعلام هادف وموجه لتحقيق هدف واحد وهو إعلاء كلمة الله.. والمسلم فى حالة يقظة كاملة فى كل حركة أو كلمة أو موقف من أجل تحقيق ذلك الهدف.

٣ ـ الإعلام الإسلامى قائم على الإقناع لا على أساس الاكراه وأنه من أجل الوصول إلى الاقناع يستغل كافة الامكانيات البيولوجية والنفسية والاجتماعية فى الإنسان من أجل استثارة كل قوى الخير داخل نفسه وتوجيهها للخير دائما.

٤ ـ تتسم الرسالة الإسلامية فى الإسلام بالثبات حيث أن مصدرها الله رب العالمين بخلاف رسالات الإعلاميين الأخرى ولذلك فإن دور كافة القائمين بالإتصال هو مجرد نقل وتبليغ الرسالة دون أية إضافة أو تحريف، ولهذا يجب أن يكونوا على أعلى درجات الصدق والحذر واليقظة التامة.

٥ ـ اعتمد الإعلام الإسلامى نظرية المثل أو القدرة الحسنة ومن خلال المتابعة والتربية المستمرة للصفوة استطاع أن يرتفع بهم إلى مستوى التجسيم الحى للمبادىء الإسلامية ثم قدمهم إلى الناس كدليل عملى لإثبات أن الدعوة الإسلامية ليست أحلاما ولا مثاليات لا تصلح للنشر.

٦ ـ اعتمد الإعلام الإسلامى الأسلوب الموضوعى القائم على التحليل والوضوح والتأمل وإتخاذ كافة الوسائل التى تنمى ملكة التفكير لدى الإنسان وذلك إيماناً منه بأهمية العقل واحترام للإنسان الذى يجب أن نتوجه إليه بالاقناع لا أن نجره جرا بواسطة الغرائز والعواطف والانفعالات.

وبالإضافة إلى هذه الخصائص للعامة فللنظرية الإعلامية الإسلامية رأى فى كل قضية أو موقف على إمتداد مجرى القناة الإعلامية من المرسل أو الداعية إلى المستقبل فعلى سبيل المثال بالنسبة للداعية نجدها تحدد أهدافه وإتجاهاته ومستوى معرفته وثقافته وقدرته على الاتصال ومركزه الاجتماعى... إلخ، وفى كل قضية أو موقف نجد للنظرية الإعلامية الموقف المنفرد النبيل الذى يدل دلالة قاطعة على حسن فهم النظرية وإستيعابها لكافة خصائص الموقف الاتصالى وحسن إدراكها لكافة مكونات الإنسان التى لها دخل بالعملية الاتصالية، الأمر الذى يدل دلالة قاطعة على صدق صاحب الرسالة صلوات الله وسلامه عليه وأنه رسول من لدن حكيم عليم.

مراجع الباب الأول

١ ـ حسن عبدالرؤوف البدوي: «سلوك الداعية وأثره في تبليغ الدعوة الإسلامية» رسالة ماجستير ـ جامعة الأزهر ـ كلية أصول الدين ١٩٨١ ص ١٤.

٢ ـ د. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الأعلام ـ القاهرة ـ دار الفكر العربي الطبعة الثانية ص ٥٠.

٣ ـ ابن فارس: معجم مقاييس اللغة جـ ٢ ص ٢٣٩ ـ مادة. فما.

٤ ـ محمد بن أبي بكر الرازي: مختار الصحاح ص ٤٢٢ ـ مادة دعا.

٥ ـ أساس البلاغة للزمخشري.

٦ ـ د. أحمد غلوش: الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها ـ القاهرة ـ دار الكتاب المصري الطبعة الأولى ص ١٠.

٧ ـ البهي الخولي: تذكرة الدعاة ـ مكتبة الشباب المسلم، القاهرة، الطبعة الأولى ١٣٦٣ هـ ص ٣٠.

٨ ـ علي محفوظ: هداية المرشدين إلى طريق الوعظ والخطابة ـ القاهرة، دار الاعتصام الطبعة التاسعة ١٩٧٩ ص ١٧.

٩ ـ محمد السيد الوكيل: أسس الدعوة وآداب الدعاة ـ القاهرة ـ دار الطباعة والنشر الإسلامية ـ ص٩٠.

١٠ ـ آدم عبدالله الألوري: تاريخ الدعوة إلى الله بين الأمس واليوم ـ مكتبة وهبه ـ الطبعة الثانية ١٩٧٩، ص١٧.

١١ ـ د. أحمد غلاس: مرجع سابق ص ١٠.

١٢ ـ د. محي الدين عبدالحليم: الأعلام الإسلام وتطبيقاته العملية ـ مكتبة الخانجي الطبعة الأولى ـ ١٩٨٠ ص ١٤٠.

١٣ ـ د. محمود عودة: أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي «دراسة ميدانية في قرية مصرية ـ دار المعارف ـ القاهرة ١٩٧١ ص ١٤.

١٤ ـ Kenneth K. Sareno, and David Mortensen, Foundations of Communication Theory, New York, Harper & Row 1970, PP. 5 - 6.

١٥ ـ سورة النحل: آية ١٢٥.

١٦ ـ الشورى: آية ١٥.

١٧ ـ فصلت آية: ٣٣.

١٨ ـ آدم الألورى: مرجع سابق ص ١٧.

١٩ ـ د. إبراهيم أمام: فن العلاقـات العامة والأعلام ـ الأنجلو المصرية ـ الطبعة الثانية، القاهرة ١٩٦٨ ص ١٨٨.

٢٠ ـ سورة: التوبة آية ١٢٢.

٢١ ـ العصر آية: ١ ـ ٣.

٢٢ ـ أبو بكر زكرى: الدعوة إلى الإسلام ص ٨.

٢٣ ـ على ميحفوظ: مرجع سابق ص ٧١.

٢٤ ـ سورة البقرة: آية ٢٧٥.

٢٥ ـ النساء: آية ٦٣.

٢٦ ـ إبراهيم: آية٥.

٢٧ ـ الذاريات: آية ٥٥.

٢٨ ـ د. محى الدين عبدالحليم: مرجع سابق ص ١٤١.

٢٩ ـ د. عبداللطيف حـمزة: الإعلام له تاريخه ولمواهبة ـ القاهـرة ـ دار الفكر العربى ـ ١٩٦٥ ص ٢٣.

٣٠ ـ د. محى الدين عبدالحليم: مرجع سابق ص ٢٠.

٣١ ـ د. إبراهيم أمام: مرجع سابق ص ١٨٧.

٣٢ ـ سورة المائدة آية ٩٢.

٣٣ ـ د. حسنين عبدالقادر: الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة، القاهرة، دار النهضة العربية ـ الطبعة الثانية ١٩٦٢ ص ٩٠.

٣٤ ـ د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١٥٦.

٣٥ ـ آدم الألورى: مرجع سابق ص ٢٩.

٣٦ ـ آدم الألورى: مرجع سابق ص ٧٩.

٣٧ ـ سورة آل عمران آية ٧٩.

٣٨ ـ د. إبراهيم أمام: العلاقات العامة والمجتمع القاهرة، دار الطباعة الحديثة ١٩٥٧ ص ٧.

٣٩ ـ د. حسن خير الدين: العـلاقات العامة المبادىء والتطبيق ط ٢ القاهـرة، مكتبة عين شمس ١٩٦٠ ص ٢٧.

٤٠ ـ د. عبدالله الخريجى: علم الاجتماع المعاصر ص ٨.

٤١ ـ أنظر للغزالى: إحياء علوم الدين جـ ١، ٢، ٣، ٤.

٤٢ ـ أنظر مقدمة ابن خلدون: جـ ١ ص ٢٢١ وما بعدها.

٤٣ ـ د. محمد كمال جعفر: فى الدين المقارن ـ القاهرة ـ دار الكتب الجامعية ١٩٧٠ ـ ص ٧٧ ـ ٩٠.

ـ أيضا:

Hacking. The Meaning of Cod Experience, Pp. 481.

٤٤ ـ د. محمد البادى: البنيان الاجتماعى للعلاقات العايمة ص ١٣٩.

٤٥ ـ د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ٥٤ ـ ٥٦.

٤٦ ـ سورة الزلزلة: آية ٧، ٨.

٤٧ ـ البقرة: آية ٢٥٦.

٤٨ ـ الحجرات: آية ٦.

٤٩ ـ النساء ٨٣.

٥٠ ـ سمير عبدالعزيز: منهج القرآن فى إعداد النبى ﷺ ـ رسالة ماجستير جامعة الأزهر كلية أصول الدين ص ٥.

٥١ ـ سيد قطب: فى ظلال القرآن ـ دار الشروق ـ جـ ص ٧٠.

الباب الثانى

عرض سريع لأهم نماذج الاتصال

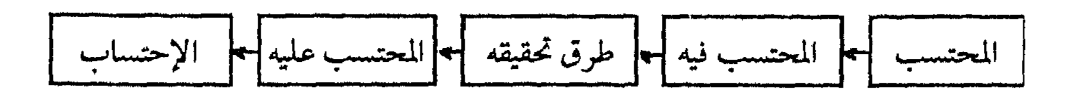
نود أن نؤكد أن الإتصال عملية مستمرة عبر الزمن، وليس له نهاية، كما أنه ليس له بداية، والإتصال مثله مثل بعض العمليات الأخرى ظاهرة مستمرة، أى أنه مثل النهر عبر الزمن، وأنه مثل التجربة لا نهاية لها لأنه يليها دائما شيء ما[١]، ولكى نوضح هذه الصورة فإننا نرى أنه من الأفضل أن نجمد الحركة فى هذا الفيلم المستمر، بحيث نعزل بعض عناصر عملية الإتصال ويمكن أنذاك أن نرى العناصر التى توجد عادة وبصفة أساسية فى أى حدث إتصالى وهى: المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل والأسس الفنية للإقناع والتأثيرات الناجمة عن الإتصال ورجع الصدى.

ولاشك أن نجاح عملية الإتصال أو الدعوة وفشلها يتوقف على درجة صلاحية كل خطوة من الخطوات السابقة، بمعنى أن أى إهتزاز أو عدم وضوح فى الفكرة التى لدى المصدر، أو أى خطأ أو عدم إكتمال فى صياغة الرسالة، كل هذا أو واحدة منها يؤدى إلى أن تكون الفكرة فى مرحلتها النهائية لدى المستقبل أو لدى المرسل إليه مخالفة للفكرة التى لدى المصدر أو المرسل.

ومنذ أن حلل أرسطو عملية الاتصال أو الخطابة إلى ثلاثة عناصر أساسية: هى الخطيب والخطبة والمستمعون. ومحاولات العديد من الباحثين لا تنتهى لدراسة الجوانب الميكانيكية والهندسية للإتصال، أو الإهتمام بالجوانب الاجتماعية، وتطوير نماذج تحليلية لوصف عملية الاتصال. ويعنى النموذج[٢] طاقم أو إطار كاف من المفاهيم لتفسير الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال.

ولم يتخلف العلماء المسلمون عن هذا الركب، فقد كانت لهم محاولاتهم لتحليل عملية الاتصال الإسلامى، فقدم لنا (الإمام الغزالى) فى كتاب (الإحياء لعلوم الدين) نموذجا لتحليل هذه العملية يعكس فيه الطبيعة الخاصة للدين الإسلامى باعتباره دين دعوة، فنجده يسمى القائم بالاتصال: المحتسب، والمستقبل: المحتسب عليه، أما المضمون فهو المحتسب فيه. كما يحدد الهدف أو الاحتساب.

وطرق تحقيقه كما يوضح الشكل التالى: ـ



شكل رقم (١) يبين عناصر عملية الإتصال الإسلامى لدى الإمام الغزالى

١ ـ فالمحتسب ـ هو المكلف بالقيام على حدود الله بالإذن من الوالى أو الإمام (القائم بالإتصال).

٢ ـ والمحتسب فيه: ـ هو كل منكر معلوم إنكاره موجود وظاهر للمحتسب من غير تجسس (الفكرة).

٣ ـ طرق تحقيقه: ـ هى درجات المنع وهى التعريف ثم النهى ثم الوعظ والنص ثم التعنيف ثم التعبير بالقوة.

٤ ـ المحتسب عليه: ـ هو الإنسان البالغ العاقل الذى يتعاطى المنكر (الجمهور أو المستقبل).

٥ ـ الإحتساب: هو منع المنكر (الهدف)[٣].

وإلى جانب هذه المحاولة، توجد مئات المحاولات للعلماء المسلمين تناولت بعض الجوانب الخاصة بعمليات الإتصال، وإن كانت ركزت بصفة خاصة على عنصر الرسالة الإعلامية التى كانت محل إهتمام علوم البلاغة والبيان، وكان المعين الذى لا ينضب لكل هؤلاء هو كتاب الله العظيم الذى لا تفنى سرائره، وسنة رسول الله ﷺ بما حويا من أسرار الدعوة وطرائفها وفنونها ونماذج الدعاة وأسس الإقناع وطرق التأثير الشيء الكثير.

وبالرغم من كثرة هذه المحاولات، إلا أنها لم تجمع حتى الآن فى إطار نظرى يحدد لنا الملامح الأساسية لنظرية الإتصال الإسلامية أو ما يسمى بالدعوة.

وقبل أن نتعرض لتحليل عملية الدعوة أو الإتصال الإسلامى سنتعرض لأهم النماذج الحديثة التى حاولت تحليل عملية الإتصال:

١.نموذج لازويل وتعديلاته:

فى سنة ١٩٤٦ اقترح «هارولد لازويل» عالم السياسة الأمريكى نموذجا لتحليل عملية الاتصال يتكون من العناصر الأتية:

من؟

يقول ماذا؟

بأى وسيلة؟

لمن؟

بأى تأثير؟

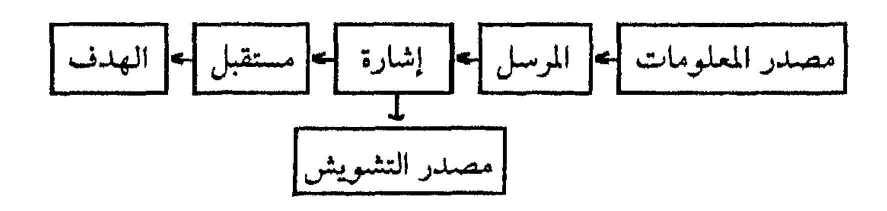
ويقول «لازويل» إن دراسة الاتصال دراسة علمية تحاول أن تركز على الإجابة على سؤال واحد أو أكثر من تلك الأسئلة:(٤). ومفهوم «لازويل» للعملية أقرب ما يكون إلى الإعلام بمعنى أنه يسير فى خط واحد من المرسل إلى المستقبل دون إعتبار للعناصر الوسيطة وإيجابية المستقبل المتوقفة على الأبعاد النفسية والاجتماعية.. وقد كانت دراسات «لازويل» متصلة بتأثير الدعاية على الرأى العام، كما ارتبطت بتحليل المضمون.

ولكن «ريمون نيكسون» عدل من عبارة لازويل الشهيرة وأضاف شيئا جديدا يتصل بالموقف العام للإتصال والهدف من العملية الاتصالية، فأصبحت العبارة على هذا النحو: من يقول؟.. ماذا؟.. لمن؟.. وما هو تأثير ما يقال؟ وفى أية ظروف؟.. ولأى هدف؟... فلا يمكن أن تقوم العملية الإتصالية إلا على أساس الهدف الذى نسعى لتحقيقه. ويلفت «فيرنج» النظر إلى أهمية هذه القضية قائلا: إنه ليس من الممكن تبسيط عملية الاتصال إلى حد اعتبارها مجرد نقل معلومات من مصدر إلى آخر، ولذلك فإنه يصر على إعتبار المستقبل مفسراً وليس مجرد جهاز تسجيل.

ومن ناحية أخرى يشير «كولمان» و «مارش» نقطة هامة وهى وحدة العملية الاتصالية: فالمرسل والمضمون والوسيلة والمستقبل والإستجابة هى جميعا حلقات متصله فى سلسلة واحدة، وتنهار عملية الإتصال كلها إذا وجدت نقطة ضعف معينة فى أى حلقة من هذه الحلقات الخمس(٥).

٢. نموذج شانون وويفر:

وضع «شانون» و «ويفر» إطارا آخر لمفاهيم الإتصال يحدده الشكل التالى: -



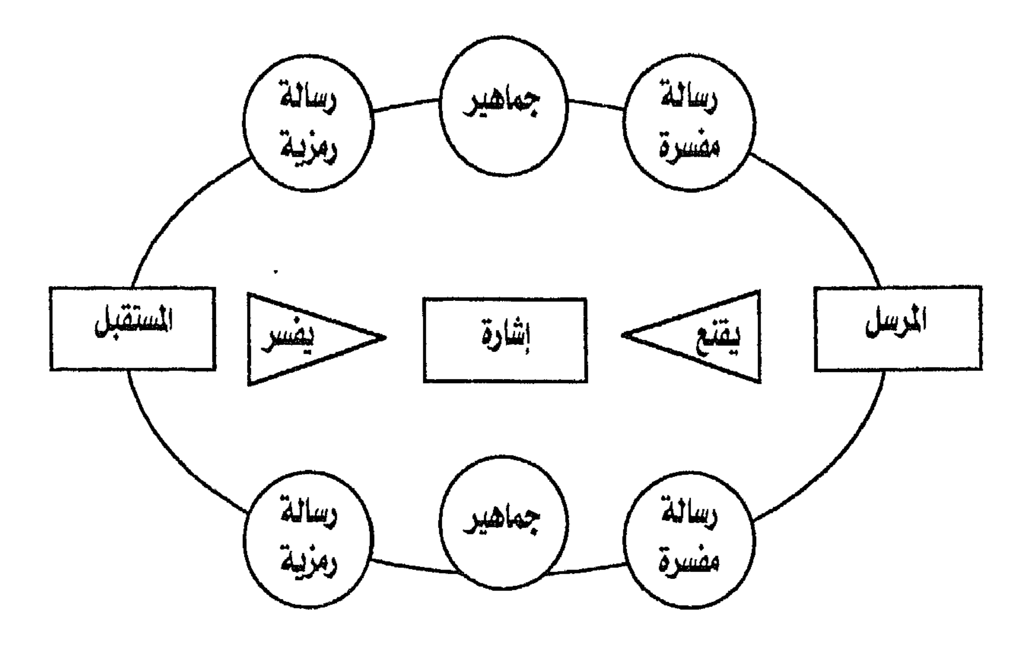
شكل رقم (٢) يبين عناصر عملية الإتصال لدى شانون وويفر

وهنا يختار مصدر المعلومات رسالة مرغوبة من بين مجموعة كبيرة من الرسائل المختلفة، ويحملها للمستقبل خلال قناة إتصالية كالصوت أو الإشارات السلكية واللاسلكية والصور وما شابه ذلك، ولكن مصدر المعلومات يضع فى إعتباره وجود تشويش أو ضوضاء قد يحدث نتيجة لعوامل معنوية أو نفسية أو ميكانيكية وحينما يحدث الضوضاء أو التشويش فإن الرسالة المستقبلة سوف تكون متضمنة لتحريفات وأخطاء معينة، بالإضافة إلى بعض المواد الغريبة والغير جوهرية، مما يؤكد وجود إضطراب وعدم تيقن بفعل عوامل الضوضاء والتشويش.

ومن الواضح أن هذا الإطار الذى طوره «شانون» و «ويفر» يغلب عليه الطابع الرياضى والميكانيكى، إلا أنه فى كثير من جوانبه ينطبق على الاتصال بوصفه عملية إنسانية(٦).

٣.نموذج شرام:

قدم «ويلبور شرام» نموذجا لعملية الإتصال يصور فيه: أولا: المصدر أو صاحب الفكرة، وقد تكون هذه الفكرة واضحة بصورة كافية بحيث تعتبر صالحة للتوصيل إلى المستقبل، والعنصر الثانى: هو التعبير عن الفكرة وصياغتها فى رموز لتكوين الرسالة أو الاشارة. والعنصر الثالث: هو المستقبل الذى يفك رموز الرسالة كما تتلقاها الجماهير المختلفة بصورة غير مباشرة. والعنصر الرابع: هو الاستجابة. ثم رجع الصدى الذى قد يصل إلى إنتباه مرسل الرسالة الأصلية(٧). وإذا وصلت هذه الأرجاع وفسرها المرسل تفسيرا صحيحا فان الدورة الإتصالية تكتمل، وتتكرر هذه الدورة بطبيعة الحال إلى مالا نهاية. وهذه التفاعلات هى نسيج البناء الاجتماعى والثقافى نفسه. ويمكن تصوير هذه الدورة الاتصالية على النحو الآتى: ـ



شكل رقم (٣) يبين عناصر عملية الاتصال لدى «ويلبور شرام»

ولابد للمرسل أن يضع رسالته فى شكل معين أو صيغة معينة محددة من الرموز أو الكلمات. ومن الطبيعى أن تحتاج هذه الكلمات إلى أجهزة نقل أو وسائل إعلام كالصحف والإذاعة والتليفزيون وغيرها لكى تنتشر بسرعة فى أماكن عديدة، وبمجرد أن ترسل الرسالة المعروضة تصبح طليقة وليس لصاحبها سلطان عليها. وكثيرا ما يتساءل بعد إرسال خطاب معين ووضعه فى صندوق البريد هل يصل إلى المرسل إليه، وهل يفهمه بالطريقة التى يريدها.

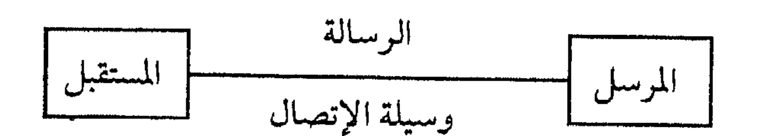
وهذا كله يتوقف بطبيعة الحال على مدى التناغم والتوافق بين المرسل والمستقبل، فإذا كان المرسل ضعيفا فى كتابته أو غير واثق من نفسه أو ليست لديه المعلومات الكافية عن موضوعه فإن ذلك يؤثر على الإتصال، وإذا كانت الرسالة غير مصاغة بالطريقة الفعالة فإنها تقف فى سبيل نجاح الإتصال، كما أن الوسيلة نفسها لابد وأن تكون من القوة والمرونة بحيث تصل الإشارات إلى المستقبل فى الوقت المناسب والمكان المناسب مهما حدث من تداخل أو تنافس من الرسائل الأخرى، كما أن

المستقبل نفسه وقدرته على حل الرموز بالطريقة المطلوبة من أهم العناصر لإتمام الدورة الإتصالية. فكفاءة المرسل وقدرته على معرفة الهدف والوصول إلى النتائج المطلوبة واتقان الصياغة وفعالية وسيلة الاتصال وقدرة المستقبل على حل الرموز لابد وأن ينظر إليها على أنها عناصر متعددة لعملية واحدة.

ولا يكفى للتناغم بين المرسل والمستقبل أن تكون الرسالة مصاغة فى لغة يفهمها الطرفان بل ينبغى أن تكون الخبرات مشتركة أيضا فالمستمع إلى أى محاضرة باللغة العربية عن نظرية النسبية «لانشتين» لن تسعفه معرفته للغة العربية فى فهم المضمون ما لم يكن قد درس شيئا عن علم الطبيعة والرياضيات، حتى يتمكن من متابعة المحاضرة وهذا ما يعبر عنه بالإطار الدلالى فكلما كان المرسل والمستقبل يتفاهمان فى إطار دلالى واحد كلما كان ذلك أقرب السبل لإستيعاب وفهم الرسالة.

٤. نموذج ديفيد برلو:

يتكون نموذج «ديفيد برلو» من أربع حلقات هى: ـ المرسل ـ الرسالة الوسيلة ـ المستقبل كما فى الشكل التالى: ـ



شكل رقم (٤) يبين عناصر عملية الاتصال لدى برلو

ويرى صاحب هذا النموذج أن هدف القائم بالاتصال أن يحصل على إستجابة، ولذا فهو يأمل أن تكون مقدرة إتصاله عالية، وظهور التشويش يقلل من هذه الفاعلية. والتشويش كما عرفه «شانون» و «ويفر» هو العوامل التى تحرف أو تقلل من نوعية الإشارة. ويتسع مفهومه لدى «برلو» بحيث يتضمن عوامل موجودة فى كل عنصر من عناصر الإتصال. فتأخذ فى الإعتبار فى كل عنصر العوامل التى تقلل من فاعلية الإتصال.

وإهتمامنا الأساسى بالنسبة للتشويش وكفاءة النقل العالية ينحصر فى إحتياجنا إلى أن نعزل العوامل الموجودة فى كل عنصر من عناصر عملية الإتصال والتى تؤثر على فاعليته. فيجب أن نحدد تلك العناصر العوامل التى يجب أن نأخذها فى الإعتبار، والطرق التى يعمل بها كل عنصر من العناصر فى أى ظروف الإتصال.

وبالنسبة للمصدر:

فإنه يجب أن تكون لديه القدرة على إستخدام اللغة فى شكل جيد بحيث يصبح المعنى واضحا للمستقبل، وعلى وضع كلماته بأكبر قدر من الفاعلية، والتعبير عن المعانى بوضوح. كما يجب أن يكون إتجاهه حول نفسه إيجابيا، وأن يؤمن بفائدة الموضوع الذى ينقله، وأن تجعله اتجاهاته نحو مستقبل رسالته محبوبا لديهم، وأن يكون قدر المعرفة الذى لديه مقبولا وذلك حتى يستطيع أن ينقل رسالته بفاعلية.

وتتأثر فاعلية الإتصال أيضا بمركز المصدر فى النظام الاجتماعى والثقافى، فنحن فى حاجة إلى أن نعرف أنواع النظم الاجتماعية التى يعمل فى إطارها، ومكانته فى النظام الاجتماعى، والأدوار التى يؤديها، والمهام التى يجب أن يقوم بها، والوضع الذى يراه الناس فيه، والإطار الثقافى الذى يعمل فيه، والمعتقدات الثقافية والقيم المسيطرة عليه، وأنواع السلوك المقبولة أو غير المقبولة فى ثقافته ونحن فى حاجة إلى معرفة توقعاته أو توقعات الآخرين عنه، والجماعات التى ينتمى إليها، والقيم والمستويات التى تعلمها، وفهمه لمكانته فى العالم، ومركزه فى طبقته الاجتماعية. فكل هذه الأشياء تؤثر على سلوكه الاتصالى.

المستقبل الذى يفك كود الرسائل:

والفرد فى بداية الاتصال والفرد فى نهاية العملية متماثلين تماما، وأحيانا يكون المرسل والمستقبل فى واقع الأمر فردا واحدا ويمكن النظر إليه كمصدر، فى أى ظرف إتصالى معين. ويتصرف المستقبل عادة كمصدر وكمستقبل، وإذا أخذنا وجهة النظر هذه فى الإعتبار نستطيع أن نتحدث عن المستقبل الذى يفك رموز الرسائل على ضوء

مهارات الاتصال، فإذا لم يكن لدى المستقبل قدرة على الاستماع وعلى القراءة وعلى التفكير فإنه لن يستطيع أن يستقبل كود الرسائل التى نقلها إليه المصدر.

ونستطيع أن نتحدث عن المستقبل على ضوء إتجاهاته، فالطريقة التى يفك بها كود الرسالة تحدد جزئيا إتجاهاته نحو نفسه ونحو المصدر ونحو مضمون الرسالة ونستطيع أن نتحدث عن المستقبل على ضوء مستوى معرفته فإذا لم يعرف أى شىء عن مضمون رسالة ما ربما لا يستطيع إدراكها أيضا. فإذا لم يفهم طبيعة عملية الإتصال نفسها يزداد إحتمال عدم إدراك الرسائل إدراكا صحيحا، أو إحتمال أن يخرج بإستنتاجات غير صحيحة عن أهداف أو نوايا المصدر، أو إحتمال ألا يعمل وفقا لما تتطلبه مصلحته الذاتية.

وأخيراً نستطيع أن نتحدث عن المستقبل على ضوء ثقافته ومركزه فى النظام الاجتماعى، فوضعه الاجتماعى وعضويته فى الجماعات، وأساليب سلوكه العادية تؤثر على الطريقة التى يدرك بها ويفسر رسائله. ويجب أن نضيف إلى ما ذكره أن للمستقبل أهمية كبرى، فالمستقبل هو أهم حلقة فى عملية الاتصال - إذا لم يصل المصدر إلى المستقبل بالرسالة يصبح وكأنه يتحدث إلى نفسه، ومن أهم الأمور التى تؤكدها نظرية الإتصال ضرورة الاهتمام بالشخص الموجود فى نهاية السلسلة أى المستقبل.

الرسالة:

هى النتاج المادى الفعلى للمصدر الذى يضع فكره فى كود. وهناك ثلاثة عوامل لها صلة بالرسالة، وهى: الكود والمضمون والمعالجة. فنحن فى حاجة إلى أن نركز إهتمامنا على مجموعة من الرموز يستخدمها المصدر فى رسالته ونحلل المعالجة أو الطرق التى يعد بها المصدر المضمون الذى يختاره، وأسباب الاختيار، وما هو التأثير الذى يسعى لتحقيقه.

ولتحليل العوامل الثلاثة: الكود والمضمون والمعالجة، نحن فى حاجة إلى إختيار وحدات معينة أو عناصر معينة، فنحن فى حاجة إلى تحديد أي عناصر يتم إختيارها،

وأى عناصر لن تختار. وأى مكونات للعناصر تم إستخدامها، وأى تكوينات لم تستخدم. وسيحدد إختيارنا لمستويات العناصر والتكوين هدف إتصالنا ومستواه.

الوسيلة:.

الوسيلة هى الأداة التى تحمل الرسالة، وفى عملية الاتصال يكون على المصدر أن يختار الوسيلة التى تقوم بحمل رسالته. وهناك أمور كثيرة كما يقول «برلو» تتداخل فى إختيار الوسيلة وهى: ـ

١ ـ الوسائل المتوفرة.

٢ ـ مقدار المال الذى نستطيع أن ننفقه.

٣ ـ الوسائل التى تصل إلى كل الناس وبأرخص التكاليف والأكثر تأثيرا والتى تناسب مضمون الرسالة.

هذا فضلا عن أهمية فهم وسيلة الاتصال، ودراسة إمكانياتها وخصائصها سواء كانت بصرية، أو سمعية، ومدى موافقتها لمضمون الرسالة ولمقدرة المصدر على إستخدامها. فإختيار الوسيلة عنصر هام فى تحديد فاعلية الإتصال ومصدره[٨].

الأبعاد الاجتماعية والنفسية للاتصال:.

اقتصرت النماذج السابقة على تحليل عملية الاتصال باعتبارها عملية تكنيكية بحته ولم تتجاوزها إلى المجالات النفسية والاجتماعية والثقافية المتصلة بها والتى تمثل الاهتمام الأساسى لعلماء النفس والاجتماع والأنثربولوجيا، وأهمية هذه الدراسات ترجع إلى مساعدتها لنا على فهم العملية الاجتماعية التى من خلالها ينتج الاتصال الجماهيرى أو يحدث تأثيرا، أو على فهم أوضح لتأثير هذا الاتصال من حيث أنها لا ترى أن هناك علاقة مباشرة وبسيطة بين الاتصال والتأثير وإنما تدخل فى الاعتبار المتغيرات النفسية والاجتماعية التى يجرى الاتصال وفقا لها ويمارس تأثيره من خلالها وهى: ـ

أولا:. الابعاد الاجتماعية للاتصال الجماهيرى:.

حينما نتعرض للابعاد الاجتماعية للاتصال الجماهيرى لا يمكن أن نغفل هذه الأبعاد. ونعنى بها هنا وقع الاتصال الجماهيرى على الناس وعلاقاتهم الاجتماعية من حيث كونهم يلعبون أدوارا إجتماعية معينة، ويحتلون بالتالى مكانة معينة أيضا.

ونستطيع أن نقرر ابتداء، أن المجتمع الإنسانى لايستطيع الحياة دون إتصال كما أن الاتصال لا يمكن أن يحدث إلا من داخل ومن خلال نسق اجتماعى معين.

ولذلك فإن الحملات الإعلامية التى تنشد النجاح ينبغى أن تضع فى إعتبارها مسائل هامة جدا كفهم الجمهور الموجهة إليه الرسالة وإتجاهاته العميقة أو البسيطة وعاداته وتقاليده، ولقد لاحظ «جورج سمبل» ذلك، حيث نجده يندد بالتأثيرات السلبية التى تتركها الجماهير على القائمين بالاتصال، ويقول: إن الجماهير فى الواقع ليست مجرد حاصل جمع من الأفراد. إذ أنها ظاهرة جديدة قد تكونت ليس من الخصائص الكلية لأفرادها، ولكنها مكونة فقط من تلك الشظايا المستخلصة من كل واحد منهم والتى يتمشى مع الآخرين فيها ويتشابه معهم أو بمعنى آخر مكونه فقط من الجوانب الاجتماعية التى تتعلق بكل فرد والتى يتمشى مع الآخرين فيها، وهذه الشظايا المشتركة بدائية جدا. ومن هنا فإنها لا ينبغى أن تؤثر على القائمين بالاتصال. أما الجمهور الذى ينبغى وضعه موضع الاعتبار الدائم فهم جمهور المتعلمين والمثقفين(٩).

إلا أن هناك بعض علماء الاجتماع مثل: «تشارلز كولى» و «وجورج ميد» و «توماس» قد عارضوا هذا الرأى وقدموا تفسيرات حدسية حول الأدوار الاجتماعية للإتجاهات والقيم، فلقد أكد بعضهم متأثرا بالاتجاه الديمقراطى القائم على المساواة: ـ المجرى الاتصالى الصاعد والهابط بين الناس وقادتهم فى عملية تبادل الأفكار والقيم والمعتقدات، حيث أنه من خلال هذه المبادلات الفكرية سوف يظهر الاتفاق والإجماع الذى يهدف إلى الرفاهية المشتركية.

ولقد طور توماس فكرة غاية فى الأهمية بالنسبة لدراسة الاتصال الجماهيرى وهى

تتمثل فيما يسمى بالتعريف الاجتماعى للموقف بقصد تفسير مركب للعلاقات بين الاتجاهات والبناء الاجتماعى، حيث يوجه اهتمامنا إلى العلاقة المتبادلة والدور المتبادل بين الشخصية والثقافة والبناء الاجتماعى بوصفه المجال الحقيقى لدراسة الإتصال(١٠).

ثانيا: الأبعاد النفسية:.

ينحصر محور مناقشتنا للأبعاد السيكولوجية لعملية الاتصال على مفاهيم مثل: ـ الدوافع ـ الانتقاء.. الإدراك. وهنا نشير إلى أن الدوافع تمثل أهمية خاصة كبعد سيكولوجى من أبعاد الإتصال الجماهيرى، فقد لاحظ «برلسون» مثلا إفتقاد القراء للصحيفة أثناء إضراب موزعى الصحف بالخارج، وقد خرج بنتيجة مؤداها أن الصحف اليومية تعتبر مصدرا للأمان فى عالم مزعج. كذلك أوضح «هيرزوج» أن الإستماع إلى الراديو بالنسبة للنساء قد يوحى إليهم بأنماط السلوك الملائمة.

وبالنسبة للإنتقاء الذاتى فإن الجمهور عندما يتمتع بحرية الفعل فإنه يختار مسائل معينة يقرؤها. وقد وجد «روبنسون» فى دراسة له عن الفلاح أن الراديو غير مؤثر فى آراء الفلاحين لأن سكان المناطق الريفية أن ينصتوا إلى الأفكار التى لا يؤمنون بها.

وحينما نأتى إلى بعد الإدراك فإننا نجد أن المستقبل لن يدرك إلا ما يريد هو أن يستوعبه، يحدث ذلك بشكل يتوافق مع حاجاته وقيمه وعواطفه وخبراته السابقة. مثال ذلك أن القراء المتعصبين يميلون إلى تجنب المقاطع التى تدعو إلى التسامح فى الرسالة الإعلامية.

ومعنى ذلك أيضا أن إدراك وسائل الاتصال الجماهيرية إنما هو إدراك انتقاء يوافق العمليات السيكولوجية والبناء السيكولوجى للمستقبل، وليس إدراكا عشوائيا. وهذا الانتقاء قد يحد من مجال تأثير الاتصال الجماهيرى طالما أن المستقبل يختار ما يوافق بناءه النفسى الواقعى.

الابعاد النفسية الاجتماعية:.

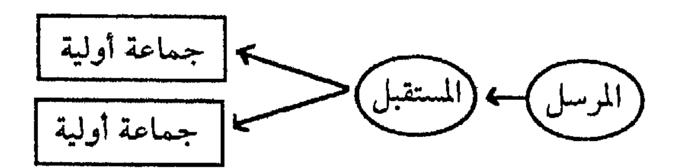
أما من حيث الأبعاد النفسية الاجتماعية فقد أوضحت التجارب التى أجراها

«مظهر شـريف» و «آثر» إحتمال وجود إرتـباطات معينة بـين الإدراك وعلاقة المدرك بالبناء الاجتماعى، فالأفراد يميلون إلى المـوافقة على أحكام الآخرين فى الجماعة سواء كانت هذه الأحـكام صائبة أم غير صـائبة، فإجماع الجـماعة أو إتفاقها يمـكن أن يقف كإطار مرجعى لأحكـام الأفراد وإذا كانت قيم المستقبل تتشـكل من خلال الجماعات الأولية الـتى ينتمى إلـيها فإنه من الأفـضل فهم إستيـعابه للرسالـة واستجابته لـها فى حدود علاقته بهذه الجماعات الخاصة وقيمها.

ومن المـهم أن نعـلم أن الـفرد لا ينـتمى إلـى جمـاعة واحدة، بـل هو ينـتمـى إلى جماعـات متعددة وربما تـطغى جماعـة على أخرى، وإذا كـانت قيم هذه الجـماعات متفقة أو مـتصالحة فإننا نتوقع غـياب الصراع أو إنعدامه، أما إذا كانت هـذه القيم فى حالة صراع وتنافر فإن الفرد حينئذ سيكون فى موقف صراع أو ضغوط متعارضة.

ويرجع السـبب فى ذلك التجانس الـذى نجده بين أعضاء الجماعـة إلى أن أعضاء الجماعة يشعرون بالـثواب أو الجزاء عندما تتحد مواقفهم أو تتـعمق، ومن ثم يميلون إلى التأثير على بعضهم البعض ليصلوا إلى مواقف متشابهة.

ويوضح الشكل التالى الفرق بين النظرة التقليدية والنظرة السيكولوجية: ـ



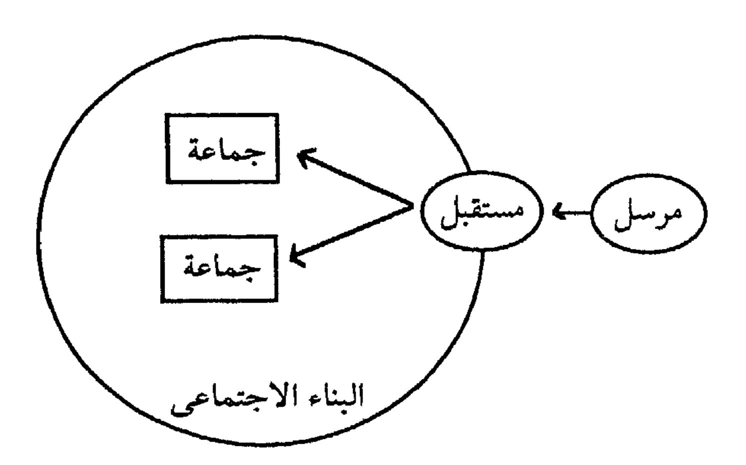
شكل رقم (٥)

ويلاحظ أن النظرة التقليدية تركز على إنـتقال الرسالة من المرسـل إلى المستقبل، أما النظرة الـسيولوجية فإنها تضع فى الاعـتبار الجماعات الأولية التى تساهم فى صياغة قيم الفرد وتحديد سلوكه.

وإلى جانب تلك الدراسات حول المستقبـل وجماعاته الأولية يوجد إتجاه يمكن أن نطـلق علـيه الإتجاه الـسـيولوجـى البحـت. وقد بدأ هـذا الاتجاه يستـكـشـف البـناء

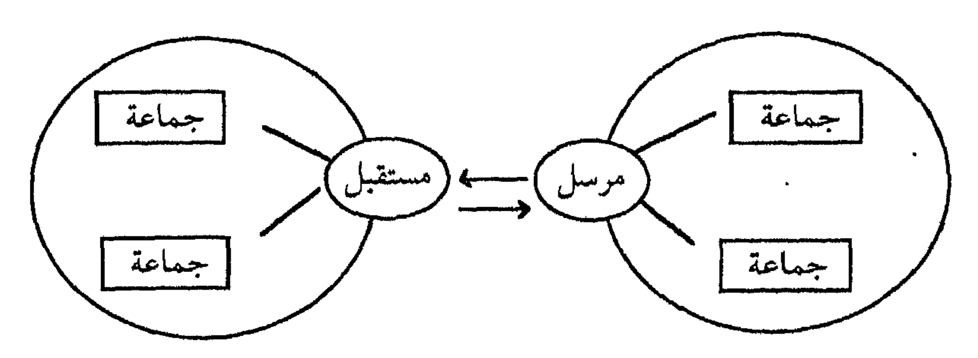
الاجتماعى الأكثر شمولا للتنظيمات والمؤسسات الاجتماعية التى تحيط بالمستقبل. فإذا كان دور المستقبل يتأثر بفهم وأهداف الجماعات المرجعية المختلفة فكيف تقوم هذه الجماعات ذاتها بصياغة قيمها وأهدافها؟.. أو من أين تأتى هذه القيم والأهداف وما هى هذه الروابط بين هذه الجماعات الأولية؟.. وكيف تتكامل داخل البناء الاجتماعى الأكثر شمولا وفى إطار العملية الاجتماعية الأكبر؟.

ومن هنا تتجه هذه الدراسات إلى التركيز على البناء الاجتماعى الأكبر بدلا من التركيز على المستقبل وجماعته الأولية، فهى تدرس أولاً العلاقات المتبادلة بين الجماعات الأولية، ثم تبحث ثانيا عن وضع المستقبل فى ذلك الإطار الكلى ويوضح الشكل التالى هذا الإتجاه:



شكل رقم (٦) يبين وضع المستقبل فى إطار البناء الاجتماعى وجماعاته الأولية

وبتطوير هذا الشكل تتضح العملية حيث يلعب رجل الإتصال أو المرسل دوره كجزء فى البناء الاجتماعى الأكبر. ويوضح الشكل التالى هذه العملية:



شكل رقم (٧) يبين وضع كل من المرسل والمستقبل فى البناء الاجتماعى والعلاقات المتبادلة بين الجماعات الأولية.

ومن هذا الشكل يلاحظ أن النظرة السسيولوجية تعنى وضع المرسل والمستقبل فى ضوء جماعاتهما الاجتماعية التى ينتمون إليها وفى ضوء البناء الاجتماعى الأكبر الذى يضم هذه الجماعات، ووفقا لهذه النظرة نلاحظ أن هناك إعتماداً متبادلا بين المرسل والمستقبل، وحيث أن الرسائل متبادلة بينهما إلا أن هذا التبادل يتميز بحجم ضئيل فى الاتصال الجماهيرى. كما تعنى النظرة السسيولوجية أيضا أن كلا من المرسل والمستقبل له وضع محدد فى البناء الاجتماعى. وعلى ذلك فإن الاتصالات المختلفة التى تسرى من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى أخرى ليست بأفعال عشوائية ولكنها عنصر فى نمط كلى من التفاعلات المستمرة[١١].

مراجع الباب الثانى

(١) د. شاهيناز طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية - القاهرة - الانجلو المصرية - ١٩٨٠ م - ص ٨.

(٢) د. محمود عودة: مرجع سابق ص ٢١.

(٣) الإمام الغزالى: احياء علوم الدين.

(٤) د. جيهان رشتى: الإعلام ونظرياته فى العصر الحديث - دار الفكر العربى - القاهرة - ١٩٨١ - ص ٧٢ - ٧٣.

(٥) د. إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير - الانجلو المصرية ١٩٦٩ - القاهرة ص ١٣٠ - ١٤٠.

(٦) Claude Shonnon. W. Weaver, Mathematical Theory of Communication. p. 98. 99. 1949.

(٧) Schramm, "How Communication Works in the Process and Effects of Mass Communication, Urbana Iuionios, University of Iuionios p.

(٨) د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١١٦ - ١٣٦.

(٩) د. محمود عودة: مرجع سابق ص ٦١.

(١٠) د. محمود عودة: مرجع سابق ص ٦٧.

(١١) د. محمود عودة: مرجع سابق ص ٦٨.

الباب الثالث

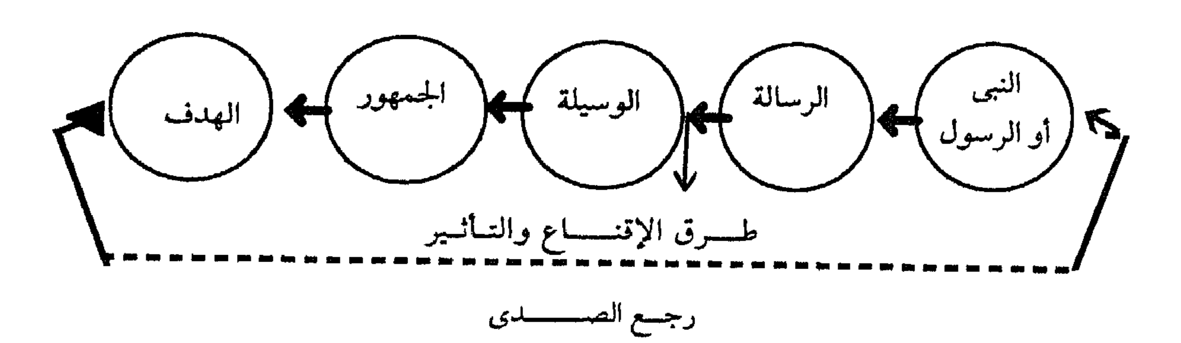
النموذج الأول للاتصال الإسلامى

إذا كان هدف القائم بالاتصال أو الداعية أن يحصل على استجابة فلابد أن تكون مقدرته الاتصالية عالية، والمقدرة العالية أو الكفاءة العالية تعنى لدى «برلو» أن يحقق القائم بالاتصال ما يريده.

وفى عملية وضع الفكر فى رمز وفى عملية فك الرمز تتداخل عوامل كثيرة تجعل كفاءة الرسالة على النقل أضعف، ويسمى هذا الفقدان بالتشويش أو عدم التيقن. و«شانون» و«ويفر» هما أول من أدخلا مفهوم التشويش، وذلك حينما تحدثا عن قدرة الوسائل الالكترونية، ويعرفاه بأنه العوامل التى تحرف أو تقلل من نوعية الإشارة.

أما «ديفيد برلو» ـ وكما أشرنا سابقا ـ فقد توسع فى مفهومه للتشويش بحيث أصبح يتضمن عوامل موجودة فى كل عنصر من عناصر الاتصال، فنأخذ فى الاعتبار فى كل عنصر العوامل التى تؤثر على فاعلية الاتصال.

وتشتمل النماذج التى نقدمها الآن لتحليل عملية الدعوة أو الاتصال الإسلامى على كافة العوامل الفنية والنفسية والإجتماعية، والنفس اجتماعية الخاصة بكل عنصر من عناصر الاتصال، وذلك على ضوء ما اشتملت عليه السُنّة النبوية المطهرة، وقدمه القرآن الكريم وهو يستعرض أخبار الأنبياء والمرسلين، ومواقف أقوامهم، ومضمون دعوتهم، وطرق الإقناع والتأثير التى استخدموها. وما يقدمه لنا القرآن تسجيلا لحركة الدعوة فى كل عصر ومن كل نبى أو رسول يأخذ الشكل الآتى:



شكل رقم (٨) يبين عناصر عملية الاتصال أو الدعوة

والقرآن الكريم وهو يستعرض هذه العناصر لا يكاد يترك موقفا أو حركة نفسية أو عاملا يؤثر على فاعلية كل عنصر من هذه العناصر إلا ذكره وأشار إليه.

على أننا بتحليل كافة هذه المواقف والآيات الخاصة بالدعوة وقصص الأنبياء والمرسلين التى اشتمل عليها القرآن وحياة رسول الله ﷺ الخاصة والعامة والتى انتظمها هدف واحد فقط نستطيع أن نستخلص النماذج التالية لتحليل عملية الاتصال الإسلامى.

النموذج الأول لتحليل عملية الاتصال الإسلامى

يتكون هذا النموذج من العناصر الآتية:

١. المصدر:

المصدر هنا أو المنشىء الأول للرسالة الإعلامية فى الإسلام هو الله سبحانه وتعالى، وهذا أول ما يميز رسالة الإسلام عن غيرها من رسالات الإعلاميين بأنها من الله عز وجل. وترتب على هذا أيضا أن أصبح القائم بالاتصال أو المتلقى ليس سوى مجرد ناقل للرسالة يتصف بأقصى درجات الأمانة أو الصدق مهما تعاقبت الأجيال. ولهذا فلم يطرأ عليها أى تغيير أو تعديل، ولم يحاول أحد أن يضفى عليها من ذاتيته وتفكيره وذلك بخلاف رسالات الإعلاميين الأخرى.

٢. الرسالة الإعلامية:

وهى هنا القرآن كتاب الله الكريم.. والقانون السماوى والمعجزة الكبرى والحجة الدامغة والحكمة البالغة والموعظة الحسنة أنزله الله متضمنا لأسمى المبادىء وأقوم المناهج وخير النصح وكل ما يحتاج إليه البشر.

٣. الرسالة الإعلامية:

وهى هنا الوحى، والوحى لفظ يطلق ويراد به إعلام الله تعالى لنبى من أنبيائه بحكم شرعى ونحوه قال تعالى «إنا أوحينا إليك كما أوحينا إلى نوح والنبيين من بعده»، وله عدة أنواع ذكرها الله تعالى فى قوله ﴿وَمَا كَانَ لِبَشَرٍ أَن يُكَلِّمَهُ اللَّهُ إِلاَّ وَحْيًا أَوْ مِن وَرَاءِ

حِجَابٍ أَوْ يُرْسِلَ رَسُولاً فَيُوحِيَ بِإِذْنِهِ مَا يَشَاءُ إِنَّهُ عَلِيٌّ حَكِيمٌ﴾[١]. فالآية تقرر أنواعا ثلاثة للوحى.

أ ـ وحيا: ـ أى إلقاء المعنى فى القلب، وهو المعبر عنه بالنفث فى الروع، وفى الحديث الذى أخرجه ابن «أبى الدنيا» و«الحاكم» عن «ابن مسعود» رضى الله عنه أن رسول الله ﷺ قال: «إن روح القدس نفث فى روعى أن نفسا لن تموت حتى تستكمل رزقها، فاتقوا الله وأجملوا فى الطلب».

ب ـ الكلام من وراء حجاب: ـ وهو أن يسمح الموحى إليه كلام الله حيث لا يراه، كما سمع موسى عليه السلام النداء من وراء الشجرة «قال لأهله امكثوا إنى آنست نار لعلى آتيكم منها بخبر أو جذوة من النار لعلكم تصطلون[٢]، فلما آتاها نودى من شاطىء الوادى الأيمن فى البقعة المباركة من الشجرة أن يا موسى إنى أنا الله رب العالمين». وكما ثبت للرسول ﷺ ليلة الإسراء.

جـ ـ ما يلقيه ملك الوحى المرسل من الله إلى رسوله فيراه متمثلا بصورة رجل أو غير متمثل. روى «البخارى» عن «عائشة» رضى الله عنها أن «الحارث بن هشام» رضى الله عنه سأل رسول الله ﷺ فقال: يا رسول الله كيف يأتيك الوحى؟ فقال: أحيانا مثل صلصلة الجرس وهو أشده على فيفصم عنى وقد وعيت ما قال. وأحيانا يتمثل لى الملك رجلا فيكلمنى فأعى ما يقول.. قالت عائشة رضى الله عنها: ولقد رأيته ينزل عليه الوحى فى اليوم الشديد البرد فيقصم عنه وإن جبينه ليتفصد عرقا.

د ـ الرؤيا: وهى إحدى طرق الوحى، وأول ما بدأ به رسول الله ﷺ الرؤيا الصالحة[٣]. ورؤيا الأنبياء حق، قال تعالى ﴿فَلَمَّا بَلَغَ مَعَهُ السَّعْيَ قَالَ يَا بُنَيَّ إِنِّي أَرَىٰ فِي الْمَنَامِ أَنِّي أَذْبَحُكَ فَانظُرْ مَاذَا تَرَىٰ قَالَ يَا أَبَتِ افْعَلْ مَا تُؤْمَرُ سَتَجِدُنِي إِن شَاءَ اللَّهُ مِنَ الصَّابِرِينَ﴾[٤].

٤.المستقبل:

وهو فى النموذج المصطفى ﷺ كما قال تعالى ﴿ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا

مُنِيراً﴾(١). وأيده بالمعجزة العلمية والحجة العقلية ألا وهى القرآن الكريم الذى تحدى البشر أن يأتوا بمثله، ﴿وَلَوْ كَانَ بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ ظَهِيراً﴾(٢).

٥ ـ الهدف:

وهو هنا دعوة الناس جميعا إلى ما ارتضاه الله للإنسانية من نظم شاملة صالحة لتدبير شئون الحياة الإنسانية وضمنها خلاصة ماجاءت به الأديان السماوية السابقة.

وبذلك تحولت الدعوة إلى الله حقيقة وقضية تعيش فى حياة رسولنا ﷺ، وتشغل تفكيره، وتملأ وجدانه من أجل أن يأخذ هذا الدين وضعه الطبيعى اللائق به فى دنيا الناس كما أراد له الله رب العالمين.

مراجع الباب الثالث

(١) سورة الشورى ، آية ٥١ .

(٢) سيد سابق: دعوة الإسلام - دار الفكر العربى - بيروت ١٩٧٨ ص ٢٢٤ .

(٣) مرجع سابق ص ٢٢٦.

(٤) سورة الصافات آية ١٠٢ .

(٥) سورة الأحزاب ، آية ٤٥ .

(٦) سورة الإسراء ، آية ٨٨ .

To: www.al-mostafa.com

الباب الرابع

النموذج الثاني للاتصال الإسلامي

نموذج الاتصال الذاتي

فى هذا النموذج يتحول المستقبل فى النموذج الأول إلى مرسل الرسالة الإعلامية.. وعلى هذا المستوى تتأكد حقيقة سبق بها الإسلام العالم الأمريكى «ويلبور شرام» بأربعة عشر قرنا وهى أن كل فرد يشترك فى عملية الاتصال لا يكون دائما مرسلا أو مستقبلا بل يقوم بكلا الوظيفتين معا مرسل ومستقبل، فهو يستقبل الرسالة الإعلامية ثم يقوم بعملية وضع الفكر فى كود أو رمز ثم يفك كود ما يتلقاه.

ومستقبل الرسالة الإعلامية هنا ليس له أن يتدخل بأى تعديل أو تحريف على الرسالة، بمعنى أن خبرته الخاصة وقيمه وعاداته وتقاليده والنظام الاجتماعى القائم ليس لهم أن يتدخلوا بأى شكل من الأشكال بتعديل أو تحريف الرسالة الإعلامية.

وإذا كان مستقبل الرسالة الإعلامية على مستوى النموذج الأول ليس سوى مجرد ناقل فقط للأسس والمبادىء الإسلامية دون أى تدخل منه. إلا أنه أصبح بحكم طريقة إعداده وتكوينه وكما قال هو عز وجلّ «أدبنى ربى فأحسن تأديبى» تحول بحكم الاستيعاب الكامل للدعوة قولا وعملا وسلوكا.. وبحكم رعاية الله له فى كل أحواله إلى مصدر ثان للدعوة الإسلامية.. وقد أكد القرآن له هذه الحقيقة بقوله تعالى ﴿وَمَا يَنطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ ۝ إِنْ هُوَ إِلاَّ وَحْيٌ يُوحَىٰ﴾، فكل كلمة منه وكل حركة أو فعل أصل أساسى للتشريع الإسلامى يجب إتباعه والاقتداء به ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ﴾(٢).

أما بالنسبة للدعاة الآخرين الذين استقوا من النبع الأول فكل اجتهاد لهم أو تصرف أو تفسير للرسالة الإعلامية محكوم بالتزام الأسس والمبادىء الإسلامية، وأى خروج عنها يعرضها لرفض الجمهور لها.

وعلى أية حال فإن النموذج الذى نقدمه حاليا لتحليل عملية الاتصال يركز على الفترة الزمنية ما بين تعرض الفرد لمنبه وبين اتخاذ القرار المناسب، والضوابط التى اهتمت النظرية الإعلامية الإسلامية بوضعها خلال المراحل المختلفة لهذه الفترة، وذلك لضمان جعل الاستجابة النهائية للفرد استجابة إسلامية أى تتمشى مع مبادىء الإسلام وقيمه وتقاليده.

وسواء كان الفرد يتأمل ويفكر أى يقوم بعملية اتصال ذاتى أو كان يتصل بالآخرين فإن هذه العمليات العقلية التى تحدث ما بين التعرض لمنبه واتخاذ القرار أو

لاستجابة واحدة سواء بالنسبة للفرد الذى يرسل الرسالة أو للمستقبل الذى يستقبلها.

ويحلل هذ النموذج هذه العملية إلى العناصر الاتية:

١ ـ فى البداية يتعرض الفرد لمنبه ما، ويفترض النموذج وجود خمسة أنواع من المنبهات هى: المنبهات الداخلية ــ المنبهات الطبيعية ــ المنبهات الاجتماعية ـ المنبهات التنظيمية ـ المنبهات المعنوية.

٢ ـ يستقبل الفرد هذه المنبهات عن طريق أدوات الحس المختلفة وهى الحواس الخمس المعروفة ويضيف إليها البصيرة بالنسبة لاستقبال المنبهات المعنوية.

٣ ـ تنتقل هذه المنبهات عن طريق الأعصاب إلى المخ، حيث يقوم بفك كود الرسالة، وإدراك الفرد للمنبه، وذلك على ضوء للمعلومات المختزنة لديه والاتجاهات السابقة والبيئة المادية والبيئة الاجتماعية والتركيب الفسيولوچى والدوافع والجزاء والرغبات والاحتياجات والأهداف وتجارب الفرد وخبراته وثقافته والحالة الذهنية والمزاجية والتوقع والدور والمركز الاجتماعى وظرف تلقى المنبه وطبيعة المنبه أو الفكرة ذاتها، وعلى ضوء ذلك يتخذ الفرد قراراً مبدئياً بأحد الانتقادات الثلاثة: إنتقاء التعرض ـ إنتقاء الإدراك ـ إنتقاء التذكر.

٤ ـ يبدأ الفرد بعد ذلك فى التفكير فى الاستجابة المناسبة للمنبه.

٥ ـ وعندما ينتهى الفرد من اتخاذ القرار يقوم بعملية وضع الكود، ويكون القرار أحد أشكال ثلاثة فعلا ــ رأيا ـ مشاعراً.

٦ـ إذا تكرر تعرض الفرد لنفس المنبه وتكررت نفس الاستجابة كان هناك ما يسمى بالتعلم، وإلا تعرض الفرد لنسيان الاستجابة، وتوجد عوامل تساعد على تدعيم عملية التعلم مثل الحفظ والتكرار والجاذبية والمشاركة والنماذج.

٧ ـ الاستجابة الناشئة: من الممكن أن تكون منبها لفرد آخر أو منبها لاستجابة أخرى، أى يحدث ما يسمى برجع الصدى وتستمر عملية الاتصال.

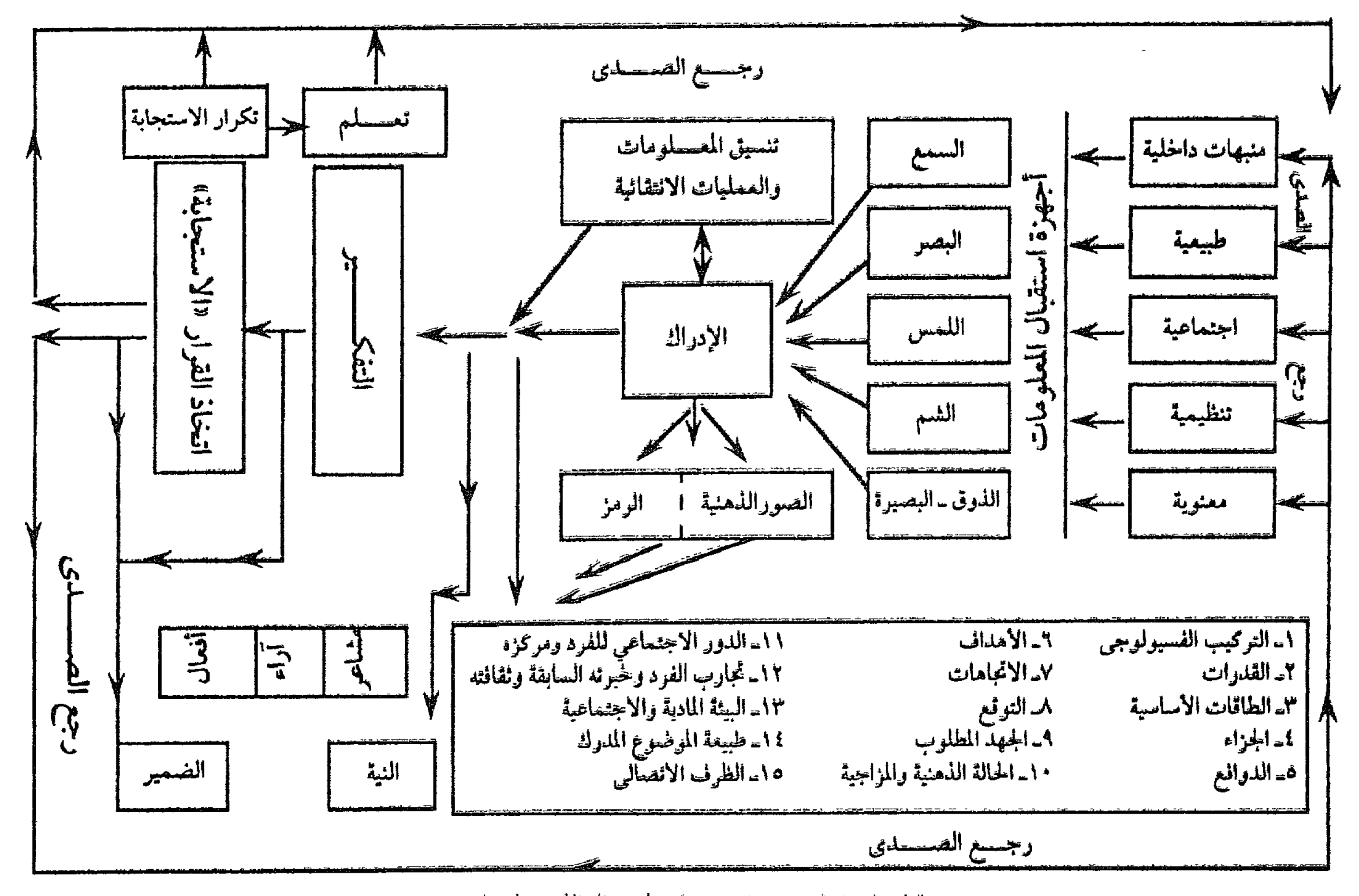
تتابع هذه الخطوات وراء بعضها مسجلة ما يحدث داخل الفرد سواء، وهو يتأمل أو يفكر أى أثناء عملية الاتصال الذاتى أو فى اتصاله مع الآخرين.

وهناك مثال من القرآن يسجل لنا تتابع هذه الخطوات، ذكره فى معرض الحكاية

عن إبراهيم عليه السلام وهو فى مرحلة البحث والتأمل ومحاولة الوصول إلى إله يقبله العقل كخالق لهذا الكون. قال تعالى ﴿وَكَذَلِكَ نُرِي إِبْرَاهِيمَ مَلَكُوتَ السَّمَوَاتِ وَالأَرْضِ وَلِيَكُونَ مِنَ الْمُوقِنِينَ (٧٥) فَلَمَّا جَنَّ عَلَيْهِ اللَّيْلُ رَأَى كَوْكَبًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لا أُحِبُّ الآفِلِينَ (٧٦) فَلَمَّا رَأَى الْقَمَرَ بَازِغًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَئِن لَّمْ يَهْدِنِي رَبِّي لأَكُونَنَّ مِنَ الْقَوْمِ الضَّالِّينَ (٧٧) فَلَمَّا رَأَى الشَّمْسَ بَازِغَةً قَالَ هَذَا رَبِّي هَذَا أَكْبَرُ فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يَا قَوْمِ إِنِّي بَرِيءٌ مِّمَّا تُشْرِكُونَ (٧٨) إِنِّي وَجَّهْتُ وَجْهِيَ لِلَّذِي فَطَرَ السَّمَوَاتِ وَالأَرْضَ حَنِيفًا وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾[٣] وعندما نستعرض هذه العمليات العقلية على ضوء التطور السابق، سنجد أن إبراهيم عليه السلام تعرض لمنبه طبيعى استقبله بواسطة حاسة البصر ثم ترجم الصورة التى استقبلها فى مجال إدراكه على ضوء اتجاهاته السابقة عن طبيعة الإله الخالق للكون، وعلى ضوء ثقافته، ثم تداخلت العوامل الأخرى مثل المعتقدات الدينية لدى معاصريه وتجاربه وخبراته السابقة وتوقعاته والدور الاجتماعى للداعية ومركزه الاجتماعى وهدفه ودوافعه والجزاء الذى ينتظره من حل هذه المشكلة والمتمثل فى الاستقرار النفسى نجده يتخذ قرارا مبدئيا باختيار التعرض للمنبه، ثم بعد ذلك يبدأ فى البحث عن الأسس المنطقية التى من الممكن أن تجعل من هذا النجم إلها.. وكانت النتيجة الاعتراف بربوبيته.. إلا أنه لم يتوقف عن متابعة هذا المنبه وعندما وجده يغرب، ولما كان الإله لا يمكن أن يغرب فهو إذن ليس إلها، فتحول بالتالى إلى البحث عن منبه آخر ووجد ضالته فى القمر.. ثم بعد ذلك يتحول إلى الشمس وهكذا حتى انتهى به الأمر إلى النتيجة التى ذكرها القرآن فى قوله تعالى ﴿إِنِّي وَجَّهْتُ وَجْهِيَ لِلَّذِي فَطَرَ السَّمَوَاتِ وَالأَرْضَ حَنِيفًا وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾.

وعلى امتداد المسافة ما بين تعرض الفرد لمنبه وبين الاستجابة لهذا المنبه نجد النظرية الإعلامية الإسلامية تحدد الأسس وتضع القواعد وأساليب التعامل المختلفة داخل كل خطوة من الخطوات التى أشرنا إليها حتى تتمكن من تحقيق السيطرة الكاملة، وبالتالى حتى تجعل الاستجابة للمنبه إسلامية. أى تتفق مع الأصول والقواعد الإسلامية وبالتالى ترتفع بالفرد المسلم إلى درجة الوعى الكامل لكل ما يحدث داخله من تفاعلات. الأمر الذى يساعد على تقوية إرادته ويجعل منه طاقة عزم وقوة لبناء المجتمع الإسلامى.

ويوضح الشكل التالى العناصر المختلفة لهذا النموذج:



شكل رقم (٩) يبين عناصر نموذج الاتصال الذاتي الإسلامي

أولا: المنبهات:

يشتمل النموذج على خمسة أنواع من المنبهات هى:

١ ـ المنبهات الداخلية.

٢ ـ المنبهات الطبيعية.

٣ ـ المنبهات الاجتماعية.

٤ ـ المنبهات التنظيمية.

٥ ـ المنبهات المعنوية.

١.المنبهات الداخلية:

يتميز كل إنسان بمجموعة من الخصائص التى تتكون قبل أن يولد فى الحياة، وتستمر تلك الخصائص تعايش الإنسان خلال مراحل حياته المختلفة، وإن كانت تخضع لدرجات من التعديل والتطوير، وتعتبر من المحركات الدائمة للسلوك الإنسانى، حيث توفر قدرا كبيرا من الاستثارة يكفى لتحريك الأنشطة السلوكية، حتى ولو تخيلنا أن المناخ المحيط قد توقف عن إرسال مثيرات خارجية[٤].

ويسمى علماء النفس هذه المنبهات بالغرائز، ويعرفونها بأنها استعدادات فطرية لدى الإنسان تدفعه للقيام بسلوك خاص إذا ما أدرك نفسه فى موقف أو مجال معين، ويقسمونها إلى:

- نزعات فطرية عامة.
- نزعات فطرية خاصة[٥].

أما النزعات الفطرية العامة فهى:

١ ـ غريزة المقاتلة وانفعالها الغضب.

٢ ـ غريزة الهرب وإنفعالها الخوف.

٣ ـ غريزة الاستطلاع وانفعالها الخوف

٤ ـ غريزة البحث عن الطعام وانفعالها الجوع.

٥ ـ غريزة النفور وانفعالها الاستمرار.

٦ ـ غريزة الاستعانة وانفعالها الشعور بالضعف.

٧ ـ غريزة الخنوع وانفعالها الشعور بالنقص.

٨ ـ غريزة السيطرة وانفعالها الظهور.

٩ ـ غريزة التمسك وانفعالها حب التملك.

١٠ ـ غريزة الحل والتركيب وانفعالها العمل والنشاط.

١١ ـ غريزة حب الاجتماع وانفعالها الشعور بالوحدة.

١٢ـ غريزة الضحك وانفعالها التسلية.

١٣ ـ غريزة الوالدية وانفعالها الحنو

١٤ ـ غريزة الجنسية وانفعالها الشهوة الجنسية.

وقد أضاف مكد وجل سنة ١٩٢٣[٦] إلى هذه القائمة من الغرائز مجموعة أخرى وهى ـ غريزة الراحة ـ وغريزة النوم وغريزة الهجرة.

أما النزعات الفطرية الخاصة فهى عند مكد وجل كما يلى:

١ ـ القابلية للاستهواء: وهى استعداد الشخص لتقبل فكرة من آخر مع عدم استيفاء الأسباب المنطقية الكافية لذلك.

٢ ـ المشاركة الوجدانية: وتعنى أن الكائن الحى يشعر بالحالات الانفعالية التى تجرى فى كائن حى آخر من نفس النوع عند إدراكه المظاهر الخارجية لهذ الحالات الانفعالية.

٣ ـ التقليد: هو انتقال السلوك من كائن حى إلى كائن حى آخر غالبا من نفس النوع.

٤ ـ اللعب: وهو نوع من العمل يقصد لذاته بخلاف العمل الجدى الذى يقصد لغاية.

٥ ـ الميل للتكرار: وهى الرغبة فى السير على وتيرة واحدة.

وقد سيطرت النظرية الإعلامية الإعلامية على هذه المنبهات سيطرة تامة واتجهت بها نحو التسامى والإعلام ووجهتها لخدمة الأهداف الإسلامية واختلفت من حيث هذه الوجهة عن النظريات الإعلامية الحديثة التى عاملت الإنسان الحديث بمنطق القطيع واستغلت عواطفه وغرائزه وعملت على إثارتها والاتجاه به نحو إشباعها وتعطيل العقل، وبالتالى السيطرة الكاملة على الإرادة وعلى مجرد نوازع التفكير الهادفة إلى الخروج من هذه السيطرة، وبينما نجد أنواع السلوك المترتبة على ذلك من النوع البهيمى الذى يتجه نحو إشباع هذه الغرائز الإنسانية.. فإن نظرية الإسلام الإعلامية أخذت وجهة مخالفة تماما.. فقد حددت المنبهات والدوافع الفطرية ثم ربطت بينها وبين العبادات الإسلامية، وبذلك أصبح السلوك الناتج بدفع المنبهات عبادة إسلامية بحتة من ناحية، ومن ناحية أخرى أصبحت وجهته المنفعة البشرية والنفع الفردى الخاص بالإنسان.. على سبيل المثال: الغريزة الجنسية، فبينما نجد الإعلام الحديث يقدم الروايات والمسلسلات والأفلام والمسرحيات التى تعلى شأن الجنس وتجعله غاية وهدفا للحياة الإنسانية وتضفى عليه من صفات الشرعية والتقديس ما يجعل مقاومتها جريمة لا تغتفر.. نجد أن النظرية الإعلامية تتغلغل داخل النفس البشرية وتمنع مجرد النزوع إلى هذه الغريزة وتقوى دافع الخوف من الله. وعندما يتعرض الفرد لمثل هذا الموقف فإنه يسارع بالاستغفار وتذكر الله.. أولاً ثم يغض طرفه عن مجرد النظر إلى مواطن الفتنة والإثارة ثانيا: إذا عجز الفرد، فقد حددت له النظرية أسلوبا آخر للمعالجة النفسية هو الصوم، حيث إنه كما يقول الحديث الشريف فإنه له وجاء، ويتجلى أثره فى تربية العزيمة وقوة الإرادة لدى الفرد مما يجعله أقدر على اتخاذ القرار السليم.

هذا فى الوقت الذى تتحكم فيه النظرية الإسلامية فى الظرف الاتصالى فتوصى المسلمين والمسلمات بغض البصر من ناحية ومن ناحية أخرى توجب على المسلمات الاحتشام، وعدم البهرجة فى الزينة، كما توصى بعدم الاختلاط حتى تقضى على كل نوازع الفتنة قال تعالى: ﴿قُل لِّلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِم﴾[٧]: ﴿وَقُل لِّلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ﴾[٨] وقال أيضا ﴿وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى﴾[٩].

كما أن الفرد فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية ليس حراً فى اختيار تعريض نفسه أم لا، بل إنه مجبر ألا يعرض نفسه لمواطن الإثارة الجنسية حيث أن الأمر صريح وواضح فى قوله تعالى ﴿قُل لِّلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ﴾ وهذا يعنى أن العمليات الانتقائية التى يقوم بها علماء الاتصال موجهة توجيها ذاتيا وليست متروكة لنوازع الأهواء.

وبالنسبة لاختيار التذكر أيضا فإن حريته مقيدة فليس له أن يتذكر مواطن الإثارة الجنسية ولا أن يعيشها بخياله وفكره حتى لا تجنح به نفسه.. فالله يعلم السر وأخفى.. ويعلم خائنة الأعين وما تخفى الصدور.

وهذا النوع من المجاهدة للغرائز وإعلائها أطلقت عليه النظرية الإعلامية الإسلامية لفظ الجهاد الأكبر، وجعلت هذا الجهاد أعظم وأكثر خطورة من مجاهدة العدو وحربه لأنه جهاد دائما ومستمر ويحتاج إلى يقظة كاملة. كما أنه مقياس النصر الحاكم فى النظرية الإسلامية، فالذى ينتصر فى معركة الغرائز ينتصر فى باقى معاركه الأخرى، ولهذا قال رسول الله ﷺ «رجعنا من الجهاد الأصغر إلى الجهاد الأكبر» وذلك بعد عودته من إحدى غزواته، وكما قال ﴿فإذا فرغت فانصب﴾ أى إذا فرغت من الجهاد أو مما أنت فيه من عمل فقف لنفسك بالمرصاد، وسوسها وتسامى بغرائزها عن طريق المجاهدات والعبادات التى تقرب إلى الله تعالى، ولذلك قال بعدها ﴿وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَب﴾(١٠).

والقائم بالاتصال فى ظل هذه النظرية سواء فى تعامله مع نفسه أو مع الآخرين مهمته أن يعمل على تهيئة الظروف لإنماء القوى الموجودة فعلا فى الإنسان على أحسن وجه ممكن، فالإنسان مزود بغرائز فطرية وقوى محركة للسلوك الذى يسلكه، وواجبه هو تنمية القوى التى تدفع إلى الخير ومحاولة تعديل القوى التى تدفع للشر، والتعديل أو الإعلاء أمر واجب فى ظل هذه النظرية فالإنسان مخلوق مزود كما يقول تعالى بقوى يستطيع بها التمييز بين الخير والشر وأنه قادر على توجيه نفسه نحو الخير والشر على السواء. وأن دور القوى العقلية فى الإنسان هو توجيه قوى الشر

نحو فعل الخير.. قال تعالى: ﴿وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا ۝ فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا ۝ قَدْ أَفْلَحَ مَن زَكَّاهَا ۝ وَقَدْ خَابَ مَن دَسَّاهَا﴾[12] ﴿وَهَدَيْنَاهُ النَّجْدَيْنِ﴾[13] فالإنسان هو الذى يختار سلوكه ولا أحد يستطيع أن يفرض عليه ارتكاب سلوك معين، وبهذا يمكن أن يدفع عن نفسه جوانب السلوك الغير المرضى.

وإذا كانت هذه هى وجهة نظر النظرية الإسلامية فإن النظرية الإعلامية الحديثة - كما أشرنا سابقا - تتجه نحو سلب إرادة الإنسان وسلب حريته وتخدير عقله، سواء عن طريق إثارة الغرائز والعواطف، أو عن طريق الوصول به إلى أقصى درجات التوتر والانفعال النفسى أو ما يسمى فى عرف النظرية الحديثة (بغسيل المخ» وذلك لدفعه دفعا نحو اتخاذ سلوك معين لتحقيق أهداف معينة.. وهى بذلك تشغل عقول الناس وأذهانهم بكل ما هو تافه وحقير.

٢. المنبهات الطبيعية:

وكما اهتمت النظرية الإعلامية الإسلامية بالمنبهات أو المثيرات الداخلية، اهتمت أيضا بالمنبهات الطبيعية، فالإنسان فى اعتبارها يعيش فى إطار مناخ مادى له صفات وخصائص معينة، ويتلقى عن طريق وسائل الحس لديه مثل السمع والبصر مئات من المنبهات عن هذا العالم المادى يختار من بينها كما يقول «وستلى» و«ماكلين»[14] المعلومات التى تهمه وتناسب احتياجاته وتساعده على حل مشاكله، أى يختار المعلومات التى يعتقد أنها صحيحة وتلك التى درب على رؤيتها وسماعها.

وتشمل هذه المنبهات الطبيعية حالة سطح الأرض التى يعيش عليها ودرجات الحرارة والبرودة ومدى تناسبها مع الكيان الإنسانى والضغط الجوى والأمطار والرياح وتباين درجات الحرارة بين الليل والنهار والحدود الدنيا لدرجات الحرارة والحدود القصوى ومدى التباين فى ظروف الطقس المختلفة.

ولاشك أن لكل تلك الخصائص المناخية المادية تأثيراتها على الإنسان باعتباره كائن حى له قدرات وطاقات جسمانية معينة وله رغبات وأهداف معينة ونظرا لما يمكن أن يتحقق للكائن أو الإنسان من منافع أو أخطار نتيجة لتعرضه لظروف المناخ المادى، فإن خاصية أساسية من خصائص الإنسان هى القدرة على التكيف مع تلك الظروف

المتغيرة لكى يحمـى نفسه ويؤمن جسمه من ناحية، ومن ناحيـة أخرى للحصول على قدر من الإشباع للرغبات الفسيولوجية الأساسية يكفى لتأمين الحياة واستمرارها.

ومن أمثلة المنبهات الطبيعية التى يتعرض لها الإنسان وتوثر على سلوكه ما يلى:

أ ـ الحرارة والرطـوبة: للحـرارة والرطوبة تـأثير واضح عـلى حركة الإنسـان من خلال عملية تبـادل الحرارة، فدرجة حرارة الجو ونسبة الرطوبة ومـعدل توزيع الهواء كلها تصـل الإنسان فى صورة معلومات تسـتقبلها أدوات الحس، وتستجيب لها فى شكل أفعـال تستهدف تخـفيض درجة الحرارة أو الرطـوبة المحيطة بالإنـسان، سواء بالعمل على إعادة توزيع الهواء أو تجنب التيارات الهوائية كذلك ينتج عن طريق هذه المنـبهات إنتـاج مشاعـر معينـة وإحساس بـالراحة أو التـعب أو الشـعور بالتـفاؤل أو الاكتئاب وغيرها من المشاعر(١٥).

وقد أثبتت الدراسات أن انخفاض درجة حرارة الجو وارتفاع نسبة الرطوبة، يزيد من التهاب المفاصـل، حيث إن السائل الذى يلين مفاصل الجـسم تزداد درجة سمكه وإنتفاخه إذا كان الجو بـاردا أو مشبعا بالرطوبة، كما يتسـبب انخفاض درجة الحرارة فى انخفاض نسبة اندفاع الدم.

ب ـ كما أثبتت الأبحاث أيضا أن الرياح تؤثر عـلى السلوك. فالرياح الساخنة مثلا تخلق شعورا بعدم الـراحة، كما تتسبب الرياح عموما فى الإصابـة بالأزمات النفسية الناتجـة عن الحساسـية، حيث إن هبوب الرياح يسـاعد على انـتشار الأتربـة وحبوب اللقاح والجراثيم التى تزيد من خطورة الأزمة.

جـ ـ أشعة الشمس: أمـا أشعة الشمس فتسبب الالتهابـات الجلدية، وقد أظهرت سجلات البوليس الدولـية ارتفاع نسبة جرائم القتل والسرقـة والاغتصاب أثناء فترة اكتمال القمر، وأيضا أثناء سقوط الأمطار الغزيرة(١٦).

د ـ الضـوضـاء: وللـضوضـاء أيضا آثـارها علـى السـلوك الإنسـانى، فالاسـتجـابة للضوضاء عادة تتـمثل فى مشاعر الضيق وعدم الراحة، وكـذلك المحاولات للابتعاد عن مصادرها(١٧). أما بعض الأصوات المعينة كالموسيقى فتتمثل استجاباتها فى زيادة الإنتاج وتحسين الروح المعنوية.

ومن وجهة نظر النظرية الإعلامية الإسلامية، فإن دور الإنسان فى الحياة لا يقتصر على مجرد الاستجابة لتلك المنبهات البيئية فقط، ولكنه كائن له ذاتيته وإرادته الخاصة التى يفرضها على البيئة ويدفعها وفق رغبته هو فهو لذلك يقوم بدور فعال، يسعى فى تعامله مع البيئة إلى تطويعها وتكييفها وفق مشيئته هو، أما وسائل الإنسان لاستقبال هذا النوع من المنبهات أو المثيرات فهى الحواس الخمس المعروفة.

أما مسئوليات الفرد إزاء هذه المنبهات الطبيعية، كما حددتها النظرية الإعلامية الإسلامية فعلى النحو الآتى:

١ ـ على الإنسان أن يعمل أولاً على تحسين منافذه أو سبل الاتصال بالعالم المادى وهى الحواس الخمس ـ كما سنتناول ذلك فيما بعد ـ قال تعالى ﴿هَلْ يَسْتَوِى الأَعْمَىٰ وَالْبَصِيرُ أفلا تتفكرون﴾[١٨].

٢ ـ إن هذه المنبهات مجال حقيقى أمام الإنسان للتأمل والترقى والوصول إلى عظمة الخالق ووحدانيته قال تعالى ﴿أَلَمْ تَرَ إِلَىٰ رَبِّكَ كَيْفَ مَدَّ الظِّلَّ وَلَوْ شَاءَ لَجَعَلَهُ سَاكِنًا ثُمَّ جَعَلْنَا الشَّمْسَ عَلَيْهِ دَلِيلاً (٤٥) ثُمَّ قَبَضْنَاهُ إِلَيْنَا قَبْضًا يَسِيرًا﴾[١٩].

٣ ـ إن الإنسان وهو يستقبل هذه المنبهات يجب أن يحرك استجابته فى إتجاه إدراك آثارها، وأداء ما تمليه عليه من واجب الشكر عليها، باعتبارها مما أنعم الله به عليه، قال تعالى ﴿هُوَ الَّذِى يُسَيِّرُكُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ حَتَّىٰ إِذَا كُنتُمْ فِى الْفُلْكِ وَجَرَيْنَ بِهِم بِرِيحٍ طَيِّبَةٍ وَفَرِحُوا بِهَا جَاءَتْهَا رِيحٌ عَاصِفٌ وَجَاءَهُمُ الْمَوْجُ مِن كُلِّ مَكَانٍ وَظَنُّوا أَنَّهُمْ أُحِيطَ بِهِمْ دَعَوُا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ لَئِنْ أَنجَيْتَنَا مِنْ هَٰذِهِ لَنَكُونَنَّ مِنَ الشَّاكِرِينَ (٢٢) فَلَمَّا أَنجَاهُمْ إِذَا هُمْ يَبْغُونَ فِى الأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ﴾[٢٠].

٤ ـ إن هذه المثيرات الطبيعية من الممكن أن تتحول إلى عذاب ونقمة كما حدث مع قوم شعيب قال تعالى ﴿وَلَمَّا جَاءَ أَمْرُنَا نَجَّيْنَا شُعَيْبًا وَالَّذِينَ آمَنُوا مَعَهُ بِرَحْمَةٍ مِّنَّا وَأَخَذَتِ الَّذِينَ ظَلَمُوا الصَّيْحَةُ فَأَصْبَحُوا فِى دِيَارِهِمْ جَاثِمِين﴾[٢١] وأيضا كما حدث مع قوم لوط ﴿فَلَمَّا جَاءَ أَمْرُنَا جَعَلْنَا عَالِيَهَا سَافِلَهَا وَأَمْطَرْنَا عَلَيْهَا حِجَارَةً مِّن سِجِّيلٍ مَّنضُودٍ (٨٢) مُّسَوَّمَةً عِندَ رَبِّكَ وَمَا هِيَ مِنَ الظَّالِمِينَ بِبَعِيدٍ﴾[٢٢].

٥ ـ إن أجهزة استقبال هذه المعلومات مسئولة مسئولية كاملة وواعية لكل استجابة تؤديها وهي تشهد على صاحبها يوم القيامة، قال تعالى ﴿وَمَا كُنتُمْ تَسْتَتِرُونَ أَن يَشْهَدَ عَلَيْكُمْ سَمْعُكُمْ وَلَا أَبْصَارُكُمْ وَلَا جُلُودُكُمْ﴾(٢٣) وفي قوله تعالى ﴿كُلَّمَا نَضِجَتْ جُلُودُهُمْ بَدَّلْنَاهُمْ جُلُودًا غَيْرَهَا﴾(٢٤).

٦ ـ يجب ألا تحول هذه المنبهات الإنسان عن السير في الأرض وتعميرها، ولا عن أداء واجب الجهاد وذلك ما تراءى للمنافقين الذين قالوا حينما دعوا إلى الخروج للجهاد، فتحججوا بحرارة الجو وأشعة الشمس، فنزل قوله تعالى ﴿وَقَالُوا لَا تَنفِرُوا فِي الْحَرِّ قُلْ نَارُ جَهَنَّمَ أَشَدُّ حَرًّا لَّوْ كَانُوا يَفْقَهُونَ﴾(٢٥).

وهكذا يتضح لنا مدى اهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بهذه المنبهات، وكيف حددت للإنسان طريق الاستجابة الواعية والهادفة لها، بأن يسعى دائما إلى استقبال هذه المنهبات ومحاولة تفهم أسرارها وطبيعتها ويبحث عن الأسس الواعية لكيفية استثمارها بما يحقق الهدف من وجوده.

٣.المنبهات الاجتماعية:

هي المعلومات التي يحصل عليها الفرد من الوسط الاجتماعي المحيط به. ويمثل هذا الوسط أو المناخ الاجتماعي البيئة الرئيسية التي يوجد الفرد في إطارها ويستمد منها مقومات نموه وتطوره اجتماعيا وحضاريا، وإليها يوجه استجابته وأفعاله المختلفة.

وتتسم العلاقة بين الفرد وبين المناخ الاجتماعي المحيط به بظاهرة التأثير المتبادل. فالمناخ الاجتماعي يمارس تأثيرات مختلفة تهدف إلى تطويع الفرد اجتماعيا وإخضاع أنماط استجابته للقواعد والمعايير الاجتماعية التي تتوافق مع الهيكل الاجتماعي، وهذا ما يطلق عليه عملية التطويع الاجتماعي، أي إدماج قواعد السلوك التي يفضلها المجتمع ضمن معايير الاختيار التي يعتمد عليها الفرد في اتخاذ قراراته.

ومن ناحية أخرى فإن الفرد يحاول هو الآخر فرض سيطرته على البيئة الاجتماعية وتطويعها لتتناسب مع القيم والمعايير التي يستند إليها ويتهيأ لتوفير فرص متتالية يتمكن بها من تحقيق أهدافه، ويحاول الفرد أن يفرض هذه السيطرة من خلال أنواع

الأفعال وردود الأفعال والتفاعلات الصادرة منه، والمشاعر التى يبديها كاستجابات لمحاولات التأثير التى يوجهها إليه المجتمع، ويسعى الفرد إلى تأكيد ذاتيته، وتدعيم فرديته واستقلاله من خلال أسلوبه فى تعريض نفسه لمحاولات التأثير الصادرة عن المناخ الاجتماعى، وكيفية استقباله وتفسيره لما يتعرض له من مؤثرات.

أما المناخ الاجتماعى فإنه يمارس عملية التطويع الاجتماعى، من خلال أنواع مختلفة من المتغيرات[٢٦] يرسلها إلى الفرد فى صورة معلومات رموز تأثيرية متنوعة.

والمعلومات التى يحصل عليها الفرد من البيئة الاجتماعية المحيطة به تتعلق بالجوانب الآتية:

١ ـ تحديد الفرص المتاحة فى البيئة المحيطة لتحقيق الإشباع المطلوب لبعض احتياجاته.

٢ ـ تحديد الشروط والمتطلبات التى يجب أن يلتزم بها الفرد فى استجابات لتلك المثيرات حتى يستطيع الحصول على الإشباع اللازم.

٣ ـ مساعدة الفرد على اختيار أهدافه، وتحديد تطلعاته بالنسبة لنفسه وما يمكن أن يحققه من إنجازات.

٤ ـ تعكس للفرد توقعات الآخرين عنه، وأنماط السلوك أو الاستجابة التى تفرضها عليه طبيعة مركزه فى النظام الاجتماعى، والأدوار التى يمكن أن يمارسها، وتحديد توقعاتها من الآخرين ومدى المعاونة أو المناوأة التى يحتمل أن يجدها فى سعيه لتحقيق أهدافه.

٥ ـ تحدد الموانع أو العقبات التى يسنها المجتمع أو بعض هيئاته وتمنع أو تعرقل الفرد عن محاولته تحقيق أهدافه.

٦ ـ وصف التغيرات والتحولات فى الأوضاع والعلاقات الاجتماعية السائدة فى المجتمع والتى فى ضوئها يقرر الفرد تغيير أهدافه وتطلعاته[٢٧].

ولا تقتصر المعلومات التى تقدمها البيئة الاجتماعية للفرد على المجالات السابقة،

بل إننا نجد أنه أثناء نمو الفرد وإعداده لشغل وظيفته الاجتماعية يقدم له المجتمع فيما يعرف بعملية التنشئة الاجتماعية المركب الثقافى للجماعة، ويقصد به مجموعة العناصر الثقافية المترابطة أو المتكاملة التى تنتظم حول موضوع اهتمام جوهرى، ويساهم كل عنصر منها فى تحقيق وحدة المجموع، ويسهم المركب الثقافى للجماعة فى خلق الكيان الثقافى الاجتماعى للفرد، ويشتمل على كافة الأفكار والمعايير السائدة فى المجتمع مثل الحقائق العلمية والمعتقدات الدينية والخرافات والأساطير والمثل والحكم والطرق الشعبية واللغة والقوانين والتشريعات والعادات والأعراف(٢٨) والذوق العام والطقوس والتقاليد والإتيكيت وطرق المعاملة، بالإضافة إلى الأشياء التى تمثل الجانب المادى للثقافة، مثل الآلات والعدد والمبانى والقناطر والأثاث والملابس والأدوية وأوانى طهو الطعام والأدوات التى تستخدم فى الفنون.. الخ.

والمعلومات التى يحصل عليها الفرد من الوسط الاجتماعى المحيط به إما أن تكون متوافقة مع الرغبات والاتجاهات والتطلعات والخبرات والتجارب المختزنة، أو تتعارض معها. وفى حالة التوافق فإنها سوف تستثير أنواعا من الاستجابات المتكررة أو الروتينية التى سبق ممارستها وصولا إلى بعض الإشباع المعتاد للرغبات، أما فى حالة التناقض فإن الفرد يستثار إلى حالة من الحركة الشديدة الهادفة إلى التخلص من هذا التناقض، ويتمكن الفرد من استعادة توازنه وتوافقه الفكرى من خلال ثلاثة مداخل مختلفة:

أ ـ أن يحدث تغييراً فى الأفكار والاتجاهات المستمرة لديه لكى تتوافق مع المعلومات الجديدة الواردة إليه.

ب ـ أن يحاول من خلال تصرفاته وردود فعله المختلفة إحداث تغيرات فى المواقف والأوضاع الاجتماعية لكى تتوافق مع أفكاره ورغباته وتطلعاته.

جـ ـ أن يحدث توافقاً نسبياً بين جانب من المعلومات عن المواقف والأوضاع الاجتماعية، وبين جانب من أفكاره واتجاهاته.

وفى جميع الحالات السابقة فإن المنبهات الاجتماعية تسهم فى إثارة حركة الفرد سواء كانت تلك الحركة نابعة من اختلال توازنه وسعيه لاستعادته أو نابعة من

اكتشافه لملاءمة الأوضاع الاجتماعية وتوافقـها مع أفكاره واتجاهاته ومن ثم يسعى إلى استثمارها والإفادة منها(٢٩).

وقد تنبهت النظريـة الإعلامية الإسلاميـة إلى ما للمنـاخ الاجتماعى من أثـر على الدعوة. وقد بينت فيما استعرضت من قـصص الأنبياء، والمرسلين فى القرآن الكريم كيف أن المناخ الاجتماعى كان من أهم العوائق التى عاقت دعوتهم؟

فهذا إبراهيم علـيه السلام يعيب على قومه عبادة الأصنـام ويدعوهم إلى عبادة الله الواحد فيقولون ﴿بل وجدنا آباءنا كذلك يفعلون﴾ وكذلك شـعيب عليـه السلام عنـدما قال لقـومه ﴿وَيَا قَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلا تَعْثَوْا فِي الأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾ بَقِيَّتُ اللَّهِ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ وَمَا أَنَا عَلَيْكُم بِحَفِيظٍ ﴿٨٦﴾ قَالُوا يَا شُعَيْبُ أَصَلاتُكَ تَأْمُرُكَ أَن نَّتْرُكَ مَا يَعْبُدُ آبَاؤُنَا أَوْ أَن نَّفْعَلَ فِي أَمْوَالِنَا مَا نَشَاءُ إِنَّكَ لأَنتَ الْحَلِيمُ الرَّشِيدُ﴾(٣٠)، وهو نفس موقف مشركى مكة من محمد ﷺ عندما دعاهم إلى الإسلام ﴿قَالُوا مَا هَذَا إِلاَّ رَجُلٌ يُرِيدُ أَن يَصُدَّكُمْ عَمَّا كَانَ يَعْبُدُ آبَاؤُكُم﴾(٣١).

فللتراث الاجتـماعى أو للقيم والعادات والتـقاليد سطوتها على الـنفوس، بدرجة تجعل أصحـابها يرفضون كل خـروج عليها وخاصة أولـئك المستفيدون مـن استمرار هذه الـتقاليـد من أصحاب الـنفوذ والسـلطة، الـذين ـ كما بـينت الـنظرية الإعلامـية الإسلاميـة أول من يرفضـون بالملأ فى قـوله تعالى حـكاية عن مـوقف قوم نوح عـليه السلام منه: ﴿قَالَ الْمَلأُ مِن قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي ضَلالٍ مُّبِينٍ﴾(٣٢) أى أن هذا الجـواب ليـس جواب عامة قـومه وإنما جـواب الأشراف أو السـادة الذين امتـلأت نفوسـهم بحب الجاه والسمعة والرياسة، وهـم المترفون الذين قال الله فيهـم ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا فِي قَرْيَةٍ مِّن نَّذِيرٍ إِلاَّ قَالَ مُتْرَفُوهَا إِنَّا بِمَا أُرْسِلْتُم بِهِ كَافِرُونَ ﴿٣٤﴾ وَقَالُوا نَحْنُ أَكْثَرُ أَمْوَالاً وَأَوْلادًا وَمَا نَحْنُ بِمُعَذَّبِينَ﴾(٣٣) . أما جماهير الـشعب فهم أتباع الرسل فى كـل زمان وهم أنصار الحق.وقد تـفهم هرقل هـذه الحقيقة عـندما سأل أبـا سفيان عن مـحمد عليـه السلام (أأشرف الناس يتبعونه أم ضعفاؤهم؟ قال أبـو سفيان: بل ضعفاؤهم ـ فقال له هرقل كذلك أتباع الرسل).

أما الأسلوب الذى تتبعه النظرية الإعلامية الإسلامية فى التعامل مع المنبهات الاجتماعية فى بداية الدعوات فيتلخص فى استمرار تعريض الأفراد، أو جذب انتباههم إلى مكونات التراث الثقافى، ولفت أنظارهم إلى ما فيها من انتقادات وتعريضها للحوار والمناقشة، واجتذاب عامة الناس أى أولئك الذين يسهل تحويلهم عن هذه العادات والمعتقدات. أما الملأ أو القلة المستفيدة فتركز على استمرار هذا الحوار والتركيز على دفع هؤلاء الأفراد إلى حالة من عدم التيقن أو التوافق تدفعهم إلى حالة من الحركة الشديدة الهادفة إلى التخلص من هذا التناقض وذلك بإحداث تغيير فى أفكارهم واتجاهاتهم تتوافق مع المعلومات الجديدة الواردة إليهم.

هذا فى بداية الدعوة، أما عندما تصبح الدعوة الجديدة جزءا من التركيب الثقافى للمجتمع فإن النظرية الإعلامية الإسلامية لضمان استمرار أن تكون المنبهات الاجتماعية التى يستقبلها الفرد متمشية مع المبادىء الإسلامية جعلت وظيفة الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر، أى أقامت الحراس لرقابة المناخ الاجتماعى وأناطت بهم تقويم أى خروج على هذا النظام، وذلك حتى تظل المنبهات الاجتماعية متوافقة مع الشريعة الإسلامية دون أن يؤثر مضى الزمن على هذه المنبهات أو يحرفها.

٤.المنبهات التنظيمية:

المنبهات التنظيمية هى المنبهات التى يستقبلها الفرد عضو الجماعة أو التنظيم أو الهيئة والتى تصف وتوضح حقائق وخصائص التنظيم والأوضاع، والظروف، والعلاقات السائدة فيه، كما تحدد للفرد الواجبات والمتطلبات التى يفرضها عليه إنتماؤه للتنظيم وأنواع الفرص والفوائد التى يمكنه الحصول عليها فى مقابل الوفاء بتلك الواجبات والمتطلبات.

ومن وجهة نظر علماء الإدارة فإن الأثر الذى تتركه هذه المنبهات على السلوك الإنسانى لا يقل أهمية عن أثر المنبهات الأخرى، بل إنها تأتى فى المرتبة الأولى من حيث التأثير.. من حيث إن الإنسان كما يقولون يقضى الجانب الأكبر من حياته منتميا إلى جماعة أو تنظيم معين. وأن هذه الجماعات أو التنظيمات تمثل المناخ

الاجتماعى المباشر الذى يعمل فيه الإنسان ويعتمد عليه فى إشباع رغباته وتحقيق أهدافه المختلفة مقابل الاستجابة إلى ما تطلب منه تلك التنظيمات أن يلتزم به(٣٤).

والنظرية الإعلامية الإسلامية بحكم إيمانها الكامل بالإنسان واعتباره خامة طيبة باعتبار الفطرة التى فطره الله عليها، نجدها فى تعاملها مع هذا الفرد منذ اللحظة التى يقدم فيها بطاقة عضويته ويعلن الشهادتين تضع يدها ـ كما أشرنا سابقا ـ على مصادر معلوماته عن العالم. وتوضح له كيفية التعرض والتعامل مع المنبهات التى يستقبلها.

وطبيعى أن تهتم بالمنبهات التنظيمية باعتبارها المنبهات التى تمثل كل أشكال وأنواع المعلومات التى يستقبلها الفرد المسلم، والتى تجعل منه عضوا إيجابيا متفهما لحقيقة واجباته ومسئولياته، أى أنها تجعل منه قوة دفع ومصدر قوة الدعوة والدين على السواء، فهى توجه طاقاته وقدراته ويستغل خبراته ومهاراته فى سبيل الحصول على حياة أفضل وأكثر استقرارا وأمانا فى الدنيا والآخرة على السواء.

وتشتمل المنبهات التنظيمية التى قدمتها النظرية الإعلامية الإسلامية لتحديد أنماط السلوك الفعلية داخل الجماعات الإسلامية على المجالات الآتية:

١ ـ منبهات أو معلومات تحدد الأهداف العامة للدعوة الإسلامية ـ وقد سبق الإشارة إليها.

٢ ـ منبهات تحدد التركيب العام للهيكل التنظيمى للمجتمع الإسلامى القائم على المساواة وعدم الخيرية بين أفراده إلا على أساس التقوى ﴿إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ﴾(٣٥). وتحدد طبيعة السلطة والمسئولية فالسلطة ليست ميزة ولكنها تكليف ومسئولية، وقد وعى الصحابة رضوان الله عليهم هذا الدرس، ولذلك نجد أبا بكر الصديق عند توليه الخلافة يقول: (إنى وليت عليكم ولست بخيركم) فهو يعرف حدود مسئولياته كما علمته مدرسة النبوة «إنى وليت عليكم ولست بخيركم فإن أحسنت فأعينونى وإن أسأت فقومونى»، والمسئولية فردية وعلى قدر العمل، قال تعالى ﴿فَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۝ وَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ﴾(٣٦). وقال ﴿وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ﴾(٣٧)، وبفضل هذه المنبهات التنظيمية

التى يستقبلها الفرد يستطيع أن يحدد وضعه ومسئولياته سواء كان فردا عاديا أم خليفة للمسلمين، فالجميع سواسيه راع ومسئول عن رعيته، والرعية تبدأ من مجرد النفس وأداء حقوقها إلى الأسرة فالمجتمع أجمع.

٤ ـ منبهات تحدد وضع الدعوة بالنسبة للدعوات السابقة، وأوجه الاتفاق والاختلاف بينها، والمراحل التى مرت بها هذه الدعوات، والانجازات التى حققتها، والعقبات التى عاقت بعض مراحل نموها، وقد قدم القرآن هذه المعلومات فى أكثر من صورة وبأكثر من أسلوب ذلك عندما تعرض فى معرض الحكاية لقصص الأنبياء والمرسلين مبينا أهداف رسالاتهم ومضمونها ووسائلها فى الإقناع والتأثير، رابطاً بين المواقف المتنوعة لفئات الجماهير المختلفة والنهاية الحتمية لمعارضى رسالات السماء وأوجه الشبه بين هؤلاء المعارضين جميعا واتفاق حججهم وحتمية النصر النهائى لاتباع الرسالات، فضلا عن تحديد القرآن لوضع الإسلام بين الأديان السماوية الأخرى وأنه الحلقة الأخيرة فى سلسلة الرسالات يكملها ويتممها قال تعالى ﴿إن الدين عند الله الإسلام﴾ وبهذه المعلومات تربط النظرية الإعلامية الإسلامية الإنسان بماضيه المزدهر الحافل بمواطن العظمة والعبرة التى يستخلص منها زاده ويبنى بها عزيمته وإرادته وقدرته على الصمود فى المستقبل الذى اتضحت معالمه وتحددت مجالات الرؤية فيه على ضوء هذه النظرية.

٥ ـ منبهات تحدد طبيعة الواجبات المترتبة على الارتباط بالدعوة وأساليب الأداء، وهى الأمور الخاصة بالعبادات والعقائد والمعاملات، أى أصول العقيدة أو الديانة الإسلامية، كما تشمل هذه المنبهات أو المعلومات على تفصيلات القواعد والأسس الخاصة بأداء هذه الواجبات.

٦ ـ منبهات تحدد أسس السلوك الاجتماعى المستهدف بين أفراد المنظمة وطبيعة العلاقات بينها. فالجميع كما حددت النظرية الإعلامية الإسلامية إخوة.

قال رسول الله ﷺ : «**مثل المسلمين فى توادهم وتراحمهم كمثل الجسد**

الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالسهر والحمى»، كما أن أساس التعامل بينهم التراحم والمودة. قال تعالى ﴿محمد رسول الله والذين معه أشداء على الكفار رحماء بينهم﴾(٣٨). وحياتهم قائمة على أساس التعاون الذى دعا إليه القرآن بقوله تعالى ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلا تَعَاوَنُوا عَلَى الإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾(٣٩)، ومما يديم علاقة الإخوة أن نحرص على استمرار العلاقة الطيبة بينهم قال تعالى ﴿وَإِن طَائِفَتَانِ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ اقْتَتَلُوا فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا﴾(٤٠).

وبالإضافة إلى ذلك يجب أن تقوم العلاقة على حسن الظن بالناس، وعدم التجسس، الغيبة والنميمة، وعدم التنابز بالألقاب قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلا تَنَابَزُوا بِالأَلْقَابِ بِئْسَ الاسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ (١١) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلا تَجَسَّسُوا وَلا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ﴾(٤١).

٧ ـ منبهات تحدد فرص التقدم وأنماط السلوك الدافعة إليه، فالفرص أمام الجميع متاحة فى النظرية الإعلامية الإسلامية، ومناط الفوز الطاعة قال تعالى ﴿وَإِن تُطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ لا يَلِتْكُم مِّنْ أَعْمَالِكُمْ شَيْئًا﴾(٤٢) كما دعت إلى الجهاد بالنفس والمال وعدم الشك والإخلاص لله والحرص على الإحسان فى العمل ﴿الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَٰئِكَ هُمْ أُولُوا الأَلْبَابِ﴾(٤٣) وأوجبت التنافس بين الأفراد على فعل الخير ﴿وفى ذلك فليتنافس المتنافسون﴾ وما روى عن سيدنا عمر رضى الله عنه أنه قال: «ما سابقت أبا بكر إلى خير قط إلا سبقنى إليه». على أنه مما يميز النظرية الإعلامية الإسلامية أن ربطت بين كل عمل دعت إليه وبين الجزاء المترتب عليه ثم حددت أنماط السلوك المؤدية إليه أو المكافآت التى يحصل عليها الأفراد نتيجة سلوكهم. بل إنها جعلت هذا الجزاء على حسب طلب المرء ﴿مَن كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الآخِرَةِ نَزِدْ لَهُ فِي حَرْثِهِ وَمَن كَانَ يُرِيدُ حَرْثَ الدُّنْيَا نُؤْتِهِ مِنْهَا وَمَا لَهُ

فِي الآخِرَةِ مِن نَّصِيبٍ﴾(٤٤) ثم هناك أيضا من يقول ﴿رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الآخِرَةِ حَسَنَةً﴾(٤٥) أى يطلب جزائى الدنيا والآخرة: ثم إن ما يصيب الفرد فى الدنيا فنتيجة لعمله ﴿وَمَا أَصَابَكُم مِّن مُّصِيبَةٍ فَبِمَا كَسَبَتْ أَيْدِيكُمْ وَيَعْفُو عَن كَثِيرٍ﴾(٤٦) وإذا أخذنا خلقاً مثل خلق الاستغفار، وبحثنا عن قدر الجزاء المترتب عليه نجد أنه يشمل خيرى الدنيا والآخرة كما يقول تعالى: ﴿ يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُم مِّدْرَارًا (١١) وَيُمْدِدْكُم بِأَمْوَالٍ وَبَنِينَ وَيَجْعَل لَّكُمْ جَنَّاتٍ وَيَجْعَل لَّكُمْ أَنْهَارًا﴾(٤٧).

٨ ـ وبالإضافة إلى ما سبق فقد تضمنت النظرية الإعلامية الإسلامية أيضا فى إطار المنبهات التنظيمية المنبهات التى تحدد المخاطر والعقبات أو القيود التى يمكن أن تعترض الفرد أو الجماعة وكيفية مواجهتها، سواء كانت ذاتية داخلية ﴿وَمَا أُبَرِّئُ نَفْسِي إِنَّ النَّفْسَ لأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ﴾(٤٨) أو كانت خارجية متمثلة فى إبليس وما يلقى به من وساوس ﴿قَالَ فَبِعِزَّتِكَ لأُغْوِيَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ﴾(٤٩) أو أصدقاء السوء ﴿فَلا تَقْعُدُوا مَعَهُمْ حَتَّىٰ يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ﴾(٥٠) أو أهل الشرك ﴿الَّذِينَ كَفَرُوا لَوْ تَغْفُلُونَ عَنْ أَسْلِحَتِكُمْ وَأَمْتِعَتِكُمْ فَيَمِيلُونَ عَلَيْكُم مَّيْلَةً وَاحِدَةً﴾(٥١).. أى أن النظرية الإعلامية الإسلامية تربى لدى أفرادها اليقظة المستمرة والحرص والحذر من كل ما من شأنه أن يمثل خطراً على الجماعة الإسلامية سواء من الداخل أو من الخارج، وبذلك تحول دون تخلل عوامل التحلل أو الفناء للمجتمع الإسلامى خاصة وأن هناك دائما من بين أفراده من يقومون له بالأمر بالمعروف والنهى عن المنكر، أى مراقبة أى انحراف أو خروج على أوامر الشرع الإسلامى وتقويمه.

وهكذا يتضح لنا أن هذه المنبهات التنظيمية ما هى إلا معلومات حرصت النظرية الإعلامية الإسلامية على تقديمها للفرد، نظراً لأهميتها فى تحديد حقائق وخصائص المجتمع الإسلامى، والظروف والعلاقات السائدة فيه والواجبات والمسئوليات المنوطة بأعضائه.

ونظرا لطبيعة المنبهات التنظيمية التى تتضمن ضرورة إيصالها إلى الفرد، أو تعريضه لها، وذلك بخلاف المنبهات الأولية التى تنبع من داخل الفرد نفسه وبخلاف

المنبهات الطبيعية التى يدركها الفرد بحكم إدراكه للعالم الخارجي المحيط به، واحتياجه إلى فهمه، والتكيف معه، فإن النظرية الإعلامية الإسلامية لضمان التدفق المستمر للمعلومات أو المنبهات قد تعرضت لتحديد طبيعة الاتصال ووسائله ـ كما ستتعرض لذلك فيما بعد ـ ذلك لأن عملية نقل المعلومات تلعب دوراً هاما فى إحداث الاستثارة السلوكية بالإضافة إلى الإثارة الناشئة عن محتوى المعلومات ذاتها.. ومن هنا كانت مسئولية نقل الرسالة الإعلامية وتبليغها واجبة على كل فرد. وبذلك تنتقل المعلومات فى شكل متواليات عددية، بمعنى أن الرسالة الإعلامية تنتقل من شخص إلى آخر، ثم منهما إلى أربعة، ثم عندما ينقل كل من الأربعة إلى آخر يصبحون ثمانية فـ ١٦ فـ ٣٢ وهكذا ـ ولذلك شدد رسول الله ﷺ على حتمية وجوب التبليغ فقال «ليبلغ الشاهد منكم الغائب» كما قال تعالى ﴿ومن أحسن قولا ممن دعا إلى الله وعمل صالحا﴾ وأيضا «ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير».

وبهذه الرقابة الواعية والسيطرة الدقيقة، أحكمت النظرية الإعلامية الإسلامية السيطرة على كل ما يتعرض له الفرد فى حياته من منبهات، ورسمت له الأسلوب الدقيق الواعى الذى يجعله وهو يستقبل هذه المنبهات يعى حقيقة هدفه ووجوده ودوره الواعى فى الحياة ويصبح صورة حية لمبادىء الإسلام وقيمه.

٥.المنبهات المعنوية:

هذا النوع من المنبهات يمثل نمطاً فريداً تميزت به النظرية الإعلامية الإسلامية عن كافة نظريات الإعلام الأخرى التى تتعامل مع الإنسان باعتباره كيانا ينزع نحو إشباع احتياجاته المادية وحسب، أما مطالب الروح فلا اعتبار لها لديها ولذلك فلم تهتم هذه النظريات بهذا النوع من المنبهات، بل ولم تعتبر البصيرة ضمن أدوات الحسى عند الإنسان.

أما النظرية الإعلامية الإسلامية فكانت نظرتها إلى الإنسان باعتباره كيانا من جسم وروح وأن لكل منهما مطالب واحتياجات وبينما تربطه الحواس الخمسة بالعالم المادى المحيط به، فإن الحاسة السادسة وهى البصيرة، تربطه بالعالم المعنوى أو العالم الروحى.

وليس للإنسان دخل فى تحديد كيفية ووقت استقبال هذا النوع من المنبهات المعنوية. وليس له القدرة على تحديد وسيلة استقبال هذه المنبهات سواء عن طريق الوحى أو الرؤية أو الكشف أو الإلهام.. ثم إن استقبال هذه المنبهات ليس متيسرا لكل إنسان ولا فى كل الظروف.. ولذلك فقد قامت النظرية الإعلامية بالنسبة لعامة الناس بدور الوسيط.. إذ تولت ترجمة وتصوير هذه المنبهات المعنوية فى صورة رموز يمكن للأفراد إدراكها بوسائل الحس المختلفة، وأوجبت الإيمان بها وتصديقها، وأطلقت عليها اسم الغيبيات، وهذا الإيمان شرط جوهرى للإسلام، وهو الإيمان بالله واليوم الآخر والملائكة والحساب والجنة والنار وعذاب القبر... الخ، وقد حفل القرآن الكريم بالصور العديدة التى تصف هذا العالم الغيبى.

أما على المستوى الخاص، فقد أثبتت النظرية الإعلامية للرسول ﷺ حق الحصول على المعلومات عن هذا العالم الغيبى، وأيضا بالنسبة لبعض خواص المسلمين دون أن تحددهم أو تشير إليهم، لأن هذه مقدرة ذاتية يتوقف الحصول عليها على نوع من المجاهدة من قبل الشخص الموجود لديه، واستمرار المنبهات الخارجية المعنوية فى ظل النظرية الإسلامية يعطى للرسالة الإعلامية الإسلامية المقدرة على التأثير العميق من ناحية ومن ناحية ثابتة يجعل الصلة قائمة بين المؤمنين بهذه الدعوة وبين مصادرها الأولى وهى الله عز وجل والمصطفى ﷺ.

ويتفرع عن هذه الفكرة نظرية جديدة يتميز بها الإسلام وهى نظرية التجديد والتجديد هو إحياء لما درس من آثار الدين وإنعاش لما طمس من معالم الشرع.. وليس التجديد زيادة ولا نقصانا فى الدين وفروعه ، وليس تبديلا ولا تغييراً لمعالمه لكنه إصلاح للأوضاع الفاسدة، والأحوال السيئة. وهو بذلك يعتبر استكمالا لرسالة الأنبياء بعد أن ختمت النبوة وأغلقت أبواب السماء على الوحى فجعل الله العلماء ورثة الأنبياء وخلفاءهم، وحملة دعوتهم، وأختار الله منهم من تعلو همته وتصفو روحانيته وتستعد نفسه لتحمل الدعوة طاهرة نقية كما جاءت أول يومها لتبليغها للناس. وهذا التجديد من خصوصيات الأمة المحمدية روى مسلم فى صحيحه عن النبى ﷺ قوله «**لا تزال طائفة من أمتى ظاهرين على الحق لا يضرهم من**

خذلهم حتى يأتى أمر الله وهم كذلك» وروى أبو داود أن رسـول الله ﷺ قال «**إن الله يبعث لهذه الأمة من يجدد لـها دينها على رأس كل مائة سنة**»، والمجدد هو من يعرف غاية الدعوة، ويضحى من أجلها بنفسه لا يغتر بمنصب ولا جاه وهمه الـرئيسى هو تطـهير الدين مما عـلق به من الخرافـات والبدع ويسعى فـى نشره طاهرا صافيا كما أنزل.

ثانيا أجهزة استقبال المنبهات:

لا قيمة للمعلومات أو المنبهات المحيطة بالفرد ما لم يستقبلها. ومن ثم فإن أدوات استقبال المعلومات تعتبر شيئاً أساسيا بالنسبة للفرد. وتتركز عملية استقبال المعلومات فى عـدد من الأعضـاء أو الأجهزة وهـى السمـع والبـصر واللـمس والشـم والذوق والبصيـرة وتختص هذه الأعضاء بـاستقبال المعلـومات عن التغيرات الـتى تحدث فى المنـاخ المحيـط بالإنـسان وإعادة إرسـالهـا إلى أجهـزة التـحليل والتـعامـل مع تـلك المعلومات[٥٢].

١ ـ السمع: يمثل السمع وسيلة أساسية لـلحصول على المنبهات الخارجية.. وتزيد أهمـيته عـن الإبصـار فى المواقـف التى لا تـتوافـر فيهـا الظروف المناسـبة للإبـصار السليم[٥٣].. وتتم عملية السـمع نتيجة للتغيرات المادية فى ضـغط الهواء الناتجة عن اهتزاز الأجسام فينتقل الصوت فى شكل مـوجات تستثير الأذن وتجعل الإنسان متأهبا لاستقبالها.

٢ ـ البصر: ويعتبر البـصر وسيلة هامة أيضا، فجانب كبير من المعلـومات يستقبلها الإنسان من خـلال حاسة الإبصار، والعـين عبارة عن جهاز غـاية فى الدقة والتـعقيد، وفى الظـروف العادية تستـطيع العين رؤيـة شعلة عود ثقـاب على بعد ٥٠ميـلا، كما يمكنها رؤيـة سلك قطره ١/١٦ من البوصـة على بُعد نصـف ميل، والمثير الـذى تتم رؤيته فى النهـاية فى صورة ضـوء هو فى الحقيقـة إنعكـاس لطاقة كهرومغـناطيسية، ولا تستطيع عين الإنسان استقبال كل تلك الإنعكاسات الصادرة إليها بل هى تستقبل جزءا من تلك الطاقة التى تنتقل فى شكل موجات متباينة الأطوال.

٣ ـ اللمس: تحتوى طبقة الجلد التى تغطى الجسم الإنسانى على أدوات استقبال معلومات عن نوع آخر من المثيرات، هى: الحرارة والبرودة والضغط والألم، وتختص بعض أدوات الاستقبال الحسى فى الجلد بكل نوع من تلك المثيرات.

٤ ـ الشم: تعتبر عملية الشم من أكثر عمليات الإحساس دقة وتعقيداً، وتتم عملية الشم حينما تستثير التكوينات الكيماوية فى الهواء أعضاء الحس الشمى فى الأنف لدى الإنسان. ويلاحظ أن الإنسان حين يحتاج إلى التدقيق فى الشم فإنه يعمد إلى استنشاق كمية أكبر من الهواء. وتتفاوت حاسة الشم لدى الأفراد، ومن ثم تختلف قدراتهم على استقبال مثيرات شميه معينة، مما يؤثر فى درجة استجابتها لتلك المثيرات.

٥ ـ التذوق: أما عملية التذوق فهى تتعلق باستقبال المعلومات عن جانب من خصائص المناخ أو عناصره، ويمكن تقسيم عملية التذوق إلى أربعة أجزاء هى تذوق العناصر الحلوة، والمالحة، والعناصر المريرة، وأخيرا العناصر عديمة الطعم..

ولكل من تلك العناصر أعضاء استقبال حسية خاصة بها فى مناطق معينة فى اللسان والحلق. وعن طريق أجهزة الشم والتذوق تتحول المنبهات إلى رموز لكى ترسل إلى مناطق تحليل المعلومات والتعامل معها.. ومنها تخرج فى صورة نبضات للمخ يتم فى ضوئها التصرف أو الاستجابة(٥٤).

٦ ـ البصيرة: تعتبر البصيرة من أهم مصادر المعلومات، وقد قسمت النظرية الإعلامية الإسلامية المعارف إلى قسمين:

أ ـ معارف تعليمية: ويتحصل عليهما الإنسان بطريق الاستدلال والتكسب.

ب ـ معارف إلهامية: وهى التى تهجم على القلب كأنها ألقيت فيه دون أن يدرى صاحبها كما يقول الإمام الغزالى فى كتاب إحياء علوم الدين(٥٥).

ووسيلة الإنسان فى الحصول على المعارف التعليمية ممثلة فى أجهزة استقبال المعلومات الخمس المعروفة، أو ما يسمى بالحواس الخمس. أما العلوم الإلهامية: فتعتبر البصيرة الوسيلة الرئيسية والوحيدة للحصول على هذا النوع من المعلومات.

وتتعدد الأشكال التى تتخذها المعلومات التى تصل إلى الإنسان عبر هذه الوسيلة ـ وذلك كما أشرنا فى النموذج الأول لتحليل عملية الاتصال الإسلامى ـ وتتراوح ما بين الوحى والإلهام والنفث فى الروع. والرؤيا.

وقد أكدت النظرية الإعلامية الإسلامية أهمية البصيرة كمصدر رئيسى للمعلومات فى كثير من الآيات كما فى قوله تعالى ﴿والذين جاهدوا فينا لنهدينهم سبلنا﴾ وقوله تعالى ﴿يا أيها الذين آمنوا إن تتقوا الله يجعل لكم فرقانا﴾ أى نورا يفرق بين الحق والباطل.

وتعتبر حاسة السمع هى أهم هذه الحواس جميعاً.. وذلك أنه عن طريقها يستقبل الإنسان قدراً كبيراً من المعلومات ورغم أهمية الاستماع كعامل فعال فى الاتصال.. إلا أن هناك عوامل طبيعية وواقعية تقلل من فعاليته وتجعل منه مشكلة علمية. فالناس بصفة عامة كما يقول الباحثان ا لأمريكيان «رالف بيو كلز» و«ليونار دستيفز» لايعرف كيف يسمعون؟. إنهم لا يملكون آذانا تسمع جيداً، ولكنهم نادرا ما يملكون المهارات السمعية التى تمكنهم من الاستماع بكفاءة وإيجابية.

ولقد أجريت دراسات علمية تجريبية كثيرة لإختبار مدى قدرة الناس على فهم وذكر ما يسمعون، وتبين هذه الدراسات أن الفرد العادى يتذكر حوالى نصف ما يسمعه، وأن هذا المعدل يهبط إلى حوالى ربع ما يسمعه بعد حوالى شهرين، بل إن الفرد العادى قد ينسى خلال ثمانى ساعات حوالى من ثلث إلى نصف ما يسمعه، وأن معدل ما ينساه خلال هذه الفترة القصيرة التى تلى الاستماع مباشرة يزيد على معدل ما ينساه خلال الأشهر الستة التالية[٥٦].

وعلى هذا فإن تحسين مهارة الاستماع، والتخلص من العوامل التى تقلل من فعالية الاستماع يساعد على الوصول إلى أكبر درجة من الفعالية.

وقد حظيت حاسة السمع باهتمام كبير من النظرية الإعلامية الإسلامية، حيث إنها فى نظرها رمز الهداية وأداة الإيمان، بل إن حاسة السمع مقدمة على حاسة البصر.. وفى كل الآيات التى تعرضت لهذه الحاسة نجد السمع مقدما دائما على البصر قال تعالى:

﴿قُلْ مَن يَرْزُقُكُم مِّنَ السَّمَاءِ وَالأَرْضِ أَمَّن يَمْلِكُ السَّمْعَ وَالأَبْصَارَ﴾(٥٧).

﴿مَا كَانُوا يَسْتَطِيعُونَ السَّمْعَ وَمَا كَانُوا يُبْصِرُونَ﴾(٥٨).

﴿وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالأَبْصَارَ وَالأَفْئِدَةَ﴾(٥٩).

﴿إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْؤُولاً﴾(٦٠).

﴿هُوَ الَّذِي أَنشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالأَبْصَارَ وَالأَفْئِدَةَ قَلِيلاً(٦١) مَّا تَشْكُرُونَ﴾.

﴿إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْؤُولاً﴾(٦٢).

﴿وَهُوَ الَّذِي أَنشَأَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالأَبْصَارَ وَالأَفْئِدَةَ﴾(٦٣).

﴿ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِن رُّوحِهِ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالأَبْصَارَ﴾(٦٤).

ومن هذه الآيات وآيات مثل «الأنعام آية ٤٦، فصلت آية ٢٢، ٢٠ سورة محمد آية ٢٣، البقرة آية ١٨، الأنعام ٢٩، الزخرف آية ٤٠، والفرقان آية ٧٣، من هذه الآيات وغيرها يتضح لنا مدى اهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بحاسة السمع والبصر والفؤاد ثم باقى الحواس: اللمس فالشم والذوق بنفس هذا الترتيب، وقد حددت بالنسبة للإنسان المجال أمام هذه الحواس، فهو مسئول عنها مسئولية كاملة، عن مدى وكيفية استخدامها قال تعالى: ﴿إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْؤُولاً﴾ ولهذا فإن سوء استخدامها يسوى بينه وبين من لا يمتلكها ﴿صُمٌّ بُكْمٌ عُمْيٌ فَهُمْ لا يُرْجَعُونَ﴾(٦٥) فضلا عن أن هذه الأجهزة سوف تشهد عليه يوم القيامة.. ﴿وَقَالُوا لِجُلُودِهِمْ لِمَ شَهِدتُّمْ عَلَيْنَا قَالُوا أَنطَقَنَا اللَّهُ الَّذِي أَنطَقَ كُلَّ شَيْءٍ﴾(٦٦) وإن الإنسان يجب أن يشكر الله على منحه هذه الأجهزة وأن يتذكر قدرته دائما على سلبه إياها.

وبهذا المفهوم المتكامل يتبين لنا مدى اهتمام الإسلام وارتفاعه بالفرد إلى الطريق الأمثل لاستخدام حواسه الاستخدام الذى يجعلها فى خدمة الأهداف الإسلامية. كما يتبين لنا حرصه الشديد على التركيز على حاسة السمع وتقديمه لها دائما على حاستى البصر والبصيرة، ويمكن أن يكون ذلك للأسباب الآتية:

١ ـ إن السمع هو أسبق حواس العقل إلى أن وصل الإنسان بالكون.

٢ ـ تعلو حاسة السمع حاسة البصر فى إتساع المدى وفى القدرة على الشمول والإحاطة، فالإنسان يرى فى اتجاه واحد فى حين أنه يتلقى الأصوات فى أن واحد من كل الاتجاهات.

٣ ـ يفقد الإنسان حاسة البصر، ومع ذلك يظل على اتصال بالجماعة التى يعيش فيها بفضل حاسة السمع. أما الأصم فتنقطع صلته بالجماعة، إذ لا يملك وسيلة للتفاهم معها وتلقى عواطفها ومشاعرها والوقوف على آرائها وخواطرها.

أما بالنسبة لحاسة اللمس فهى تلى السمع والبصر والبصيرة فى الأهمية، ووسيلتها طبقة الجلد. كما قلنا.. وقد اشتمل القرآن على آيات عديدة تحث على حسن استخدام هذه الحاسة فى الحصول على المعلومات، وتحذر من سوء استخدامها بما سوف يتعرض له من يفعل ذلك من عقاب، بقوله تعالى ﴿يُصْهَرُ بِهِ مَا فِي بُطُونِهِمْ وَالْجُلُودُ﴾(٦٧)، ﴿كُلَّمَا نَضِجَتْ جُلُودُهُم بَدَّلْنَاهُمْ جُلُودًا غَيْرَهَا﴾(٦٨) ﴿وَمَا كُنتُمْ تَسْتَتِرُونَ أَن يَشْهَدَ عَلَيْكُمْ سَمْعُكُمْ وَلا أَبْصَارُكُمْ وَلا جُلُودُكُمْ﴾(٦٩).

أما بالنسبة لحاستى الشم والذوق فقد تناولها القرآن فى معرض تصوير المتع الحسية لأهل الجنة، وما ينتظر أهل النار من عذاب، قال تعالى ﴿يَوْمَ يُسْحَبُونَ فِي النَّارِ عَلَىٰ وُجُوهِهِمْ ذُوقُوا مَسَّ سَقَرَ﴾(٧٠) ﴿إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي جَنَّاتٍ وَنَعِيمٍ (١٧) فَاكِهِينَ بِمَا آتَاهُمْ رَبُّهُمْ وَوَقَاهُمْ رَبُّهُمْ عَذَابَ الْجَحِيمِ (١٨) كُلُوا وَاشْرَبُوا هَنِيئًا بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ﴾(٧١)، ﴿وَأَصْحَابُ الشِّمَالِ مَا أَصْحَابُ الشِّمَالِ (٤١) فِي سَمُومٍ وَحَمِيمٍ (٤٢) وَظِلٍّ مِّن يَحْمُومٍ (٤٣) لا بَارِدٍ وَلا كَرِيمٍ﴾(٧٢).

ومن العرض السابق يتضح لنا مدى اهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالأجهزة الخاصة باستقبال المعلومات المختلفة وترتيبها حسب أهميتها ووصفها للأسس المختلفة التى تساعد على حسن استخدام هذه الأجهزة، فأجهزة الإرسال مهما كانت قدرتها وفعاليتها تظل غير مؤثرة إذا لم توجد أجهزة استقبال سليمة وقوية وقادرة

على استقبال المنبهات المختلفة، فالشمس ترسل أشعتها وتعكسها وإذا لم توجد العين القوية التى تستقبل موجاتها الضوئية فلن نشعر بها، وإذا لم تكن العين سليمة فلم ندركها إدراكا سليما بل سيوجد من قد ينكر حقيقة وجودها باعتبارها خارج مجال إدراكه.

فاستقبال المنبهات أول خطوة حقيقية لإدراكها.. وعدم صلاحية أجهزة استقبال هذه المنبهات من شأنه أن يؤدى إلى ما يسميه علماء الاتصال حاليا بالتشويش الميكانيكى «أى التشويش الناتج عن أى تداخل فنى أو تغير يطرأ على إرسال الإشارة فى رحلتها من مصدر المعلومات إلى المستقبل» وهو بالنسبة لأجهزة استقبال المنبهات يتمثل فى العمى والصم وفقدان القدرة على اللمس والشم والذوق، أى فى الأمراض التى تجعل هذه الأجهزة تعمل بكفاءة أقل، ولذلك فقد حددت النظرية الإعلامية الإسلامية الأسس والقواعد لتشغيل هذه الأجهزة بأقصى كفاءة ممكنة.. بل إنها فى مجال التشديد على ضرورة حسن استخدامها جعلت الشخص الذى لا يستخدمها مساويا لمن لا توجد لديه أصلا وبالتالى يتساوى فى المرتبة مع الهوام والحشرات قال تعالى ﴿ومنهم من يستمعون إليك أفأنت تسمع الصم ولو كانوا لا يعقلون﴾.

ثالثا: الإدراك:

الإدراك هو عملية استقبال المنبهات وتفسيرها تمهيداً لترجمتها إلى معان ومفاهيم تعاون فى اختيار السلوك، وتبدأ عملية الإدراك عادة حين يصل أجهزة استقبال المعلومات لدى الفرد إشارات من المثيرات أو المنبهات تتولى أجهزة الاستقبال ترجمتها إلى نبضات عصبية مما ينتج عنه الإحساس أو الشعور بها.

ويلعب النظام العصبى المركزى فى الإنسان دوراً أساسيا فى عملية نقل المعلومات عن المثيرات إلى المخ، حيث يقوم بتفسير وتصنيف هذه المشاعر بطريقة لها معنى. وتتوقف هذه العملية الأخيرة على أنواع المعلومات والمعانى المختزنة فى ذاكرة الإنسان والتى يعتمد عليها كأساس لتحليل وتصنيف المشاعر الجديدة. وعلى هذا فإن عملية الإدراك الكاملة تتم كالآتى:

١ ـ يشعر الإنسان بالمثيرات، ويستقبلها من خلال أجهزة استقبال المعلومات.

٢ ـ يختزن الإنسان فى ذاكرته معلومات ومعانى كثيرة كنتيجة لخبراته السابقة وإدراكه لأشياء سبق له استشعارها.

٣ ـ يقارن ما تم استقباله من مشاعر جديدة بالمعلومات والمعانى المختزنة فى ذاكرته، ومن ثم يكتشف معانى جديدة لها، ويضعها فى تكويناتها المناسبة[٧٣].

وعملية إعطاء المعنى للأحاسيس أو الشعور هى لب عملية الإدراك، وتتضمن عملية إعطاء المعنى خطوتين أساسيتين:

١ـ تنسيق المعلومات.

٢ـ الرموز أو الصورة الذهنية: ـ

١ ـ وتعنى عملية **تنسيق المعلومات**، أن الفرد بعد أن يتعرض للمنبهات المختلفة يختار من بينها ويصنف، ويعطى لما يختار أن يدركه معنى معينا، وذلك على ضوء مجموعة كبيرة من العوامل سوف نحددها بعد قليل، فتتفاعل هذه العوامل مع بعضها وتجعل الفرد يقرر إما أن يعرض نفسه للمنبه أم لا.. وإذا كان قد تعرض له فهل سيدركه بالصورة التى تتفق مع أهدافه ورغباته أم سيقرر نسيانه وإسقاطه من خبرته. وهذا ما يسميه علماء الاتصال بالعمليات الانتقائية.

فتأثير العوامل المؤثرة على الإدراك يمتد ليشمل المنبهات التى يتعرض لها الفرد، وبذلك فلن يتعرض إلا للمنبهات التى يرغب فى أن يعرض نفسه لها.

وموقف النظرية الإعلامية الإسلامية من هذه النقطة واضح ومحدد، ذلك أنها آمنت بالإنسان وبقدراته العقلية وبأنه ﴿لا إكراه فى الدين. قد تبين الرشد من الغى﴾. ولهذا فقد تركت الحرية للإنسان أمام المنبهات ولم تعمد إلى سياسة العزل أو السيطرة على المنبهات التى يتعرض لها الفرد فى المجتمعات الحديثة عندما تلجأ بعض الحكومات إلى السيطرة على وسائل الإعلام، ولا تسمح إلا لنقل الرسائل التى تؤيد وجهة نظرها. فتفرض من ثم الرقابة على الصحف أو تستخدم التشويش على الإذاعات الموجهة وذلك حتى لا يتعرض الجمهور إلا لوجهة نظر واحدة فقط.

أما الصور الانتقائية التى قدمها لنا القرآن فتمثل مواقف أعداء الرسالات عندما يتخذون بأنفسهم قرارا بعدم تعريض أنفسهم للدعوة، أو بإدراك ما يسمعونه وفق أهوائهم، من ذلك مثلا موقف نوح عليه السلام مع قومه الذين رفضوا التعرض لدعوته رغم أنه ظل يدعوهم ألف سنة إلا خمسين عاما. قال تعالى ﴿فَلَمْ يَزِدْهُمْ دُعَائِي إِلاَّ فِرَارًا (٦) وَإِنِّي كُلَّمَا دَعَوْتُهُمْ لِتَغْفِرَ لَهُمْ جَعَلُوا أَصَابِعَهُمْ فِي آذَانِهِمْ وَاسْتَغْشَوْا ثِيَابَهُمْ وَأَصَرُّوا وَاسْتَكْبَرُوا اسْتِكْبَارًا﴾(٧٤) أى أنهم منعوا أنفسهم من التعرض للدعوة بأن سدوا مسامعهم وتغطوا بثيابهم حتى لايسمعوا قولا للداعى ولا يبصروه.

وصورة أخرى لانتقاء الإدراك، قدمها لنا القرآن ممثله فى قصة شعيب عليه السلام مع قومه عندما صارحوه بقولهم ﴿مَا نَفْقَهُ كَثِيرًا مِّمَّا تَقُولُ﴾(٧٥). وهو نفس ما قاله مشركوا قريش لمحمد ﷺ ﴿قُلُوبُنَا فِي أَكِنَّةٍ مِّمَّا تَدْعُونَا إِلَيْهِ وَفِي آذَانِنَا وَقْرٌ وَمِنْ بَيْنِنَا وَبَيْنِكَ حِجَابٌ﴾(٧٦). أى جعلوا كلامه ﷺ هذيانا وتخليطا لا ينفعهم، وقد عبر القرآن بوضوح عن هذه الحالة فى قوله تعالى ﴿وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّن ذُكِّرَ بِآيَاتِ رَبِّهِ فَأَعْرَضَ عَنْهَا وَنَسِيَ مَا قَدَّمَتْ يَدَاهُ إِنَّا جَعَلْنَا عَلَىٰ قُلُوبِهِمْ أَكِنَّةً أَن يَفْقَهُوهُ وَفِي آذَانِهِمْ وَقْرًا وَإِن تَدْعُهُمْ إِلَى الْهُدَىٰ فَلَن يَهْتَدُوا إِذًا أَبَدًا﴾(٧٧) وأيضا فى قوله تعالى ﴿وَإِذَا قَرَأْتَ الْقُرْآنَ جَعَلْنَا بَيْنَكَ وَبَيْنَ الَّذِينَ لا يُؤْمِنُونَ بِالآخِرَةِ حِجَابًا مَّسْتُورًا (٤٥) وَجَعَلْنَا عَلَىٰ قُلُوبِهِمْ أَكِنَّةً أَن يَفْقَهُوهُ وَفِي آذَانِهِمْ وَقْرًا﴾(٧٨).

وهكذا تتضح لنا مدى أهمية الدور الذى تلعبه عملية تنسيق المعلومات فى إدراك الفرد للمنبهات، وتوجيهه نحو إدراك المنبهات التى تتفق مع المبادىء الإسلامية على ضوء العوامل العديدة، المؤثرة على الإدراك، والتى عمدت النظرية الإعلامية الإسلامية إلى السيطرة على كل عامل منها، ووضع الضوابط الإسلامية لجعلها فى خدمة الهدف الإسلامى.

٢.الصورة الذهنية والرموز:

يدخل فى إطار عملية الإدراك الترميز.. فهى تساعد الفرد على اختزال

وتلخيص(٧٩) المنبهات الداخلية والخارجية التى يستقبلها الفرد. ويسميها علماء النفس بملخصات الكون. فلقد مكن نمو مخ الإنسان من قيامه بتأجيل وتعديل وتركيب استجاباته بحيث يملأ الفراغ ويقلل الخلط فى الاستجابات المباشرة وذلك عن طريق إدخال الرموز، وعن طريق العلامات اللفظية حتى يضيف خبرة غيره إلى خبرته. فالكلمات التى يستعملها الإنسان هى فى الواقع رموز تلخص له قطاعات كثيرة من واقعه.

ويمكن القول بأن الجهاز العصبى والعقل، هما الأساس الذى بنى عليه الإنسان قدرته على الترمز. أى تبادل الرموز وفهمها، فنحن لا نستطيع أن نعبر عن الأفكار التى فى رءووسنا أو العواطف أو الانفعالات التى فى نفوسنا إلا باستعمال الرموز كالإشارات أو الخطوط أو الرسوم أو الأصوات أو الألفاظ(٨٠).

ولاشك أن الإنسان لا يستطيع نقل أية فكرة عقلية، أو إية خلجة عاطفية من نفسه إلى نفوس الأخرين إلا عن طريق وسيط مادى يعبر به عن تلك الفكرة أو الخلجة. فالفكرة تظل حبيسة فى عقل صاحبها لا يعرف الناس عنها شيئا إلا إذا تجسدت فى صورة ألفاظ أو خطوط أو صور أو أنغام أو أصوات أو إشارات أو حركات وبدون هذا التجسيد يستحيل على أى إنسان آخر أن يدرك كنه الفكرة أو العاطفة التى تدور فى صدر صاحبها(٨١).

وإذا كانت الرموز تعتبر الوسيلة المادية أو وسيط التعبير فإن الصورة الذهنية هى المعنى الذى يعبر عنه الرمز أو يشير إلى موحياته ومضامينه وهناك إرتباط وثيق بين سلوك الفرد صوره الذهنية:

فإذا أردنا أن نفهم آراء الفرد وسلوكه تجاه شىء معين أو حقيقة معينة، فإنه لا ينبغى أن ننظر إلى هذا الشىء المعين أو الحقيقة المعينة كتفسير لآراء الفرد وسلوكه تجاهها، لأن أراء الفرد وسلوكه ليست إنعكاسا لهذا الشىء المعين والحقيقة المعينة وإنما هى إنعكاس للصورة التى كونها الفرد فى ذهنه عن هذا الشىء أو عن هذه الحقيقة وهنا يشكل إدراك الفرد أهمية خاصة كعامل مؤثر على مواقفه وآرائه وسلوكه فى الحياة الإجتماعية التى تحيط به.

وتتكون الصورة الذهنية[٨٢]. عند الفرد من مجموعتين رئيسيتين من العناصر، إحداهما تسمى بالعناصر البنائية للإدراك والأخرى تسمى بالعناصر الوظيفية للأدراك وتؤكد التجارب العلمية التى قام بها علماء النفس على الإدراك على أهمية هاتين المجموعتين من العناصر.

ويقصد بالعناصر البنائية تلك العناصر المستمدة أساس من طبيعه المثير الطبيعى، والآثار العصبية التى تثيرها فى الجهاز العصبى للفرد، كانعكاس مباشر للمثيرات التى تسببها الأشياء المادية أو الواقعية دون إنكار أو تجاهل لتأثير الدوافع والجهاز العقلى أو الذهنى. فهذه العوامل الحسية المستقلة عن احتياجات الفرد وشخصيته والتى تدخل فى تشكيل الإطار المعرفى للفرد، هى التى تعرف بالعوامل أو العناصر البنائية للإدراك.

أما العناصر الوظيفية فإنها تستمد أساسا من إحتياجات الفرد ومزاجه أو خلقه وتجاربة السابقة وذاكرته.. ويدلل الباحثان «دافيد كريستى» و «ريتشارد كرنشفيلد» على أهمية هذه العناصر الوظيفية فى الإدراك بتجربة قام بها «بروس» و «جودمان».

ففى هذه التجربة إختار الباحثان مجموعتين من الأطفال الأمريكين، إحداهما تتكون من أطفال فقراء أحضروا من الأحياء الفقيرة فى بوسطن، والأخرى تتكون من أطفال أغنياء أحضروا من مدرسة خاصة فى بوسطن أيضا وهم أبناء وبنات لرجال أعمال ناجحين وأثرياء. وطلب الباحثان من أطفال المجموعتين أن يقدروا أحجام العملات المختلفة. وكانت الإختلافات فى إدراك أطفال المجموعتين مثيرة فالأطفال الفقراء بالغوا فى أحجام العملات بأكثر مما فعل الأطفال الأغنياء. وإستنتج الباحثان من هذه النتيجة دليلا على تأثير الحاجة على عملية الإدراك.

وموقف النظرية الإعلامية الإسلامية من المرحلة الادراكية يبدو واضحاً.. وقد تبين لنا مدى إهتمامها بعملية تنسيق المعلومات ووضعها للضوابط التى على ضوئها يستطيع الفرد الاختيار بين المنبهات وبالإضافة إلى ذلك فإن هناك عاملين أساسيين يحكمان مدى إدراك الفرد للمنبهات بصورة تتفق مع الأهداف الإسلامية وهما:

١ ـ النيه.

٢ ـ حصر كافة العناصر التى تؤثر على إدراك الفرد والتى تجعله يخطأ فى إدراك المنبه أو يدركه بصورة غير إسلامية.

ويمكن تعريف النية بأنها الرغبة أو الميل للاستجابة لمنبه ما بصورة معينة أو بمعنى آخر هى الاستجابة الداخلية غير الظاهرة لمنبه ما، وترجع أهمية النية إلى أنها تساعد على تحديد الشكل النهائى للاستجابة للمنبهات من ناحية، ومن ناحية أخرى فهى تهيء الفرد لهذه الاستجابة. ولذلك فدورها هام فى عملية تنسيق المعلومات، أى عندما يختار الفرد بين المنبهات التى يتعرض لها. وهذا هو السبب فى إهتمام الإسلام بالنية إلى درجة جعلها شرطا لآداء جميع العبادات والشرائع الإسلامية. بل وفى كل عمل يمارسه الفرد. قال تعالى ﴿فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ﴾ وقال رسول الله ﷺ «إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل أمرىء ما نوى» فمجرد تحقق الاستجابة الداخلية حتى وإن لم تقترن بالاستجابة العلنية كاف من وجهة نظر النظرية الإعلامية الإسلامية حيث سيؤدى وجود هذه الاستجابة الخفية إلى إستجابة أخرى علنية، أى إلى السلوك المطلوب والمحدد وفقا للمنبه هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن التلازم بين الاستجابتين يعنى أن الفرد سوف يظل يسلك نفس السلوك مهما تعددت وتنوعت المنبهات الأخرى التى يمكن أن يتعرض لها.

أما بالنسبة للعوامل التى يمكن أن تؤثر على عملية الادراك والتى تجعله يخطىء فى إدراك المنبه أو يدركه بصورة مشوشة، فقد حددت النظرية الإعلامية الإسلامية هذه العوامل كما يلى:

١ ـ التركيب الفسيولوجى.

٢ ـ القدرات والطاقات الأساسية.

٣ ـ الدوافع.

٤ ـ الجزاء.

٥ ـ الرغبات والاحتياجات.

٦ ـ الأهداف.

٧ ـ الاتجاهات.

٨ ـ الحالة الذهنية والمزاجية.

٩ ـ التوقع.

١٠ ـ الدور الاجتماعي للفرد ومركزه.

١١ ـ الجهد المطلوب.

١٢ ـ تجارب الفرد وخبراته السابقة وثقافته.

١٣ ـ البيئة المادية والاجتماعية.

١٤ ـ الظرف الاتصالى.

١٥ ـ طبيعة الموضوع المدرك.

وسوف نتعرض لمناقشة هذه العوامل بالتفصيل فى النموذج الثالث لتحليل عملية الاتصال الإسلامى.

رابعا: التفكير:

يسبق عملية إتخاذ القرار أو الإستجابة للمنبه الذى أدركه الفرد على ضوء كافة العوامل السابقة عملية تفكير، والتفكير هو عملية أخذ المعلومات التى يدركها الإنسان ومزجها مع تلك المعلومات التى يتذكرها ليكون منها تنظيمات أو تشكيلات جديدة بقصد الوصول إلى نتائج مرغوبة فى المستقبل(٨٣).

وعلى هذا الأساس تعتبر عمليات الإدراك والتفكير والتذكر المحاور الرئيسية للتنظيم المعرفى للفرد. وترتبط وتتفاعل هذه العمليات الثلاث ببعضها البعض بحيث يصبح من العسير أن نتصور سلوكا يتم فى غياب إحداها. فالإنسان يحصل على المعلومات عن البيئة التى يتفاعل معها فى الوقت الحاضر وهذا يعرف بالإدراك،،

ويحفظ المعلومات التى حصل عليها عن طريق الإدراك فى الماضى وهذا يعرف بالتذكر، ثم يأخذ المعلومات التى يدركها فى الحاضر، ويمزجها مع تلك المعلومات التى يتذكرها ليكون منها تنظيمات وتشكيلات جديدة، وهذا يعرف بالتفكير[٨٤].

ومفهوم كلمة فكر فى اللغة يعطى هذا المعنى، فهى فى اللغة مقلوب كلمة فرك. واستعملت كلمة الفكر فى المعانى لأنه فرك للأمور أى طلب لحقيقتها[٨٥].

ونظرا لأهمية عملية التفكير فقد حرصت النظرية الإعلامية الإسلامية على دعوة الإنسان إلى التفكير فى كل قول وفعل، وأن يستخدم كل قواه العقلية، خاصة وأنه الغاية من نزول القرآن كما قال تعالى ﴿كِتَابٌ أَنزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكٌ لِّيَدَّبَّرُوا آيَاتِهِ وَلِيَتَذَكَّرَ أُولُوا الأَلْبَابِ﴾[٨٦]. والتدبر: هو التفكر فى آياته، والنظر فيما تؤول إليه من وعد ووعيد. بل إن القرآن فى كل ما اشتمل عليه نجده يخاطب العقل ويقدم أدلته إليه. ذلك أن العقل كما يقول الحسن البصرى «ينبوع الآداب الذى جعله الله للدين أصلا وللدنيا عمادا».

ولأجل العقل كانت الآيات الكونية ـ كما أشار إلى ذلك الله تعالى ـ فى كثير من الآيات مثل ﴿وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ وَالنُّجُومُ مُسَخَّرَاتٌ بِأَمْرِهِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ﴾[٨٧].

وحتى توفر النظرية الإعلامية الإسلامية المناخ الملائم للتفكير السليم، فقد حثت على التفكير المستقل بحيث يفكر كل فرد على حده، أو كل اثنين. لأن ذلك أدعى إلى إعمال الفكر، أما عندما يصبح الفرد وسط الجماعة، فإنه يكتسب إحساسا بالسلطة التى لا تقهر وباللا مسئولية، ويصبح فريسة سهلة لعدوى عقلية تؤدى إلى قابلية شديدة للايحائية فتنمو عواطفه وأفكاره فى نفس اتجاه عواطف وأفكار الآخرين الذين تتكون منهم الجماعة، ويبادر إلى تحويل الأفكار الموحى بها إلى أفعال.. وحينئذ يتخلى الفرد عن كل آرائه للتفكير المستقل، ويفقد سيطرته على نفسه[٨٨] قال تعالى ﴿قل إنما أعظكم بواحدة أن تقوموا لله مثنى وفرادى ثم تتفكروا﴾[٨٩].

فالتفكير فى كل ما يتعرض له الفرد من منبهات فريضة إسلامية. وتتحدد فرضيته

فى النظرية الإعلامية الإسلامية باعتباره العامل الأساسى فى حسن توجيه وإدارة الفرد لنفسه وتوجيهها بمحض إرادته نحو الأهداف الأساسية للإسلام حيث إنه سيحمله على أن يوازن ويدرس، ويبحث ويستقصى، ويتأمل، قبل أن يتخذ القرار أو الاستجابة.

خامسا: ورجع الصدى:

تحدثنا عن المنبهات التى يتعرض لها الفرد وأنواعها، وعن المراحل النفسية التى يمر بها حتى تحدث استجابة معينة. وإذا كان المنبه هو أى شىء يجعل الفرد يحس بشىء ما، فإن الاستجابة هى رد فعل الإنسان على منبه، أى السلوك الذى يسببه ذلك المنبه(٩٠). ومن وجهة نظر القائم بالاتصال كما يقول «روس» فالاستجابة: هى رجع الصدى، أو التأثير المرتد. الذى يعرف المرسل بفضله وصول الرسالة إلى هدفها، وإذا وضعنا فى اعتبارنا مئات المنبهات التى يتعرض لها الفرد ويختار من بينها معينا، ثم يختار من بين البدائل المختلفة للسلوك سلوكاً معيناً. يمثل الاستجابة، فإن الاستجابة من هذه الوجهة هى اختيار بديل معين من بين بدائل مختلفة للسلوك(٩١).

وهى بهذا تعتبر آخر العمليات التى ينتمى فيها الفرد إلى قرار يساعده على تحقيق الأهداف والمنافع التى يسعى إلى تحقيقها من ناحية، ومن ناحية أخرى يساعد على تجنب الأضرار والمشكلات التى يتوقعها(٩٢).

ويوجد ارتباط بين الاستجابة أو عملية اتخاذ القرار وبين العمليات السابقة عليها، فمن مجموع المنبهات التى يستقبلها الفرد بواسطة أجهزة استقبال المعلومات لديه، وعمليات الإدراك والتفكير، والعوامل المتداخلة التى تؤثر على إدراك الفرد لهذه المنبهات، وعلى ضوء الهدف أو المشكلة، التى يجد الفرد نفسه مضطراً لحلها، يبدأ فى البحث عن كل السبل أو الطرق الممكنة لإيجاد هذا الحل ويتمثل ذلك فى جهود مستمرة من البحث والدراسة والتحليل وتجميع المعلومات ومراجعة الآخرين وتدارس الأفكار والمقترحات من مختلف المصادر.

وتعتبر المعلومات هى الشىء الذى نحتاج إليه عندما نواجه اتخاذ قرار معين. وقدر المعلومات الذى نحتاج إليه يتوقف على مدى تعقد الاختيار فى كل حالة. فإذا

واجهنا موضوعا ينطوى على بدائل كثيرة ومختلفة ومحتملة بشكل متساوى، أو بمعنى آخر إذا كان كل بديل يحتمل الحدوث بنفس القدر سنحتاج حينئذ إلى معلومات أكثر مما إذا واجهنا اختياراً بسيطاً بين بديلين فقط، إما هذا ، وإما ذاك(٩٣).

وتساهم الاستجابة فى إعادة الفرد إلى حالته المتوازنة أى إلى الوضع الذى تكون فيه معتقداته وأفكاره واتجاهاته وسلوكه وعلاقاته الاجتماعية فى حالة تآلف. أى تتفق تلك المعتقدات والأفكار والاتجاهات مع بعضها، وتعمل معاً بدون أن يؤدى هذا إلى حدوث ضغط، وبحيث تكون قادرة على مقاومة التأثير الذى يأتى من مصادر خارجية. فالفرد لا يتخذ قراراً بتحقيق استجابة ما، إلا إذا كانت هناك حاجة لاتخاذ هذا القرار، أى حينما يستشعر وجود فجوة أو فارق بين الأوضاع المثلى التى يستهدفها وبين الأوضاع العقلية التى يجد نفسه فيها(٩٤).

ويمكن تقسيم الاستجابات التى يتخذها الفرد إلى:

١ ـ استجابات خفية.

٢ ـ استجابات علنية(٩٥).

والاستجابات الخفية، هى الاستجابات التى لا يمكن ملاحظتها واكتشافها، أما الاستجابات العلنية، فهى التى يمكن ملاحظتها واكتشافها، وتأخذ أحد الأشكال الآتية:

١ ـ مقالا.....   ٢ـآراء ....   ٣ ـ مشاعر.....

ولما كان الهدف من عملية الدعوة أو الاتصال الإسلامى هو تعليم الفرد أنماطا جديدة من السلوك تتمشى مع القيم والمبادىء الإسلامية، فإن دور الداعية لا يتوقف عند مجرد استقبال الفرد للمنبه والاستجابة له الاستجابة المرغوبة.... وإنما لابد من تكرار حدوث نفس الاستجابة حتى يصل الفرد إلى مرحلة التعلم. أى مرحلة تطوير علاقة ثابتة بين المنبه والاستجابة.

وبمجرد تطور العادة نتوقف عن تفسير المنبه ونبدأ فى الاستجابة على ذلك المنبه بشكل تلقائى بدون تفكير، وبدون تحليل، وبالرغم من أن تلك العلاقات بين المنبه والاستجابة تم تعلمها إلا أنها تصبح مماثلة للعلاقات التلقائية التى تسيطر على

سلوكنا، فأغلب تصرفاتنا تتم بلا تفكير. فنحن لا نفكر كيف نلبس أو نمشى أو نأكل. فقد تعلمنا أن نستجيب بشكل تلقائى على بعض المنبهات أى أصبحت استجاباتنا اعتيادية.

أما بالنسبة لرجع الصدى أو التأثير المرتد، ويتمثل هنا فى حالة الاتصال الذاتى: فى إحساس الفرد بما يدور داخله حينما تتحرك عظامه أو عضلاته كالشعور بحركة اللسان والفك أثناء الحديث مثلا.. وتسمح حالة التأثير المرتد أو رجع الصدى للفرد بأن يعدل ويصحح رسائله. ويسمى ذلك برجع الصدى الداخلى، أما رجع الصدى الخارجى فيتمثل فى ذلك الجزء من الرسالة الذى يستطيع الأفراد كقائمين بالاتصال أن يسمعوه تحمله إليهم الموجات الهوائية، أى أن يسمعوا أنفسهم وهم يتحدثون.

ويرجع الفضل إلى «نوبرت وينر»[٩٦] فى اكتشاف مفهوم رجع الصدى أو التأثير المرتد فقد وجد أنه لكى تعمل جميع الأنظمة بشكل ناجح، فإن ذلك يتطلب وجود دائرة اتصال لها طبيعة دائرية وليست طولية. بمعنى آخر يجب أن يتوافر للنظام وسيلة لربط ما يخرج بما يدخل بحيث يمكن السيطرة على المعلومات التى تخرج حتى تحقق الأهداف الموضوعة لها. ويرى أن رجع الصدى الإيجابى للمواد التى تخرج بدعم نجاح الاتصال. أما رجع الصدى السلبى للمواد التى تخرج فتمكن القائم بالاتصال من التغلب على الخطأ أو عدم الكفاءة.

وكما تدخلت النظرية الإعلامية عبر كل مرحلة من المراحل المختلفة من هذا النموذج، فقد تدخلت أيضا عبر مرحلتى الاستجابة ورجع الصدى ووضعت مجموعة من الضوابط والقيود التى تمكن الفرد فى النهاية من جعل الاستجابة للمنبه تتفق والقيم الإسلامية.

على أن الشىء الهام الذى نود أن نشير إليه هو أن النظرية الإعلامية الإسلامية لم تتدخل بفرض استجابات معينة بأية وسيلة كانت لأنها تؤمن بأنه «لا إكراه فى الدين». فالفرد هو الذى يتخذ الاستجابة ويتخذ القرار بمطلق إرادته وحريته، ولكنها بعد أن حددت البدائل المختلفة أمام الفرد، سلكت طريقين حتى تجعل الاستجابة إسلامية من ناحية ومن ناحية أخرى حتى لا تكون هناك أدنى شبهه فى مجرد فرض الاستجابة على الفرد. وهما:

١ ـ أسلوب الترغيب والترهيب: فقد تضمنت النظرية الإعلامية الإسلامية مئات الآيات التى تبين النتائج المترتبة على أنماط معينة من السلوك، ونوعت فى أنواع الجزاء المترتبة على السلوك الإسلامى، ولم تجعل الجزاء قاصراً على الحياة الدنيا بل امتد ليشمل أنواع النعيم ودرجاته فى الآخرة أيضاً، أما من يبتعد عن أنواع الاستجابات الإسلامية فقد أشارت الآيات إلى ما ينتظره من عذاب مقيم فى الآخرة، وأيضاً فى الدنيا.. بل وقدمت النظرية الإعلامية العديد من صور العذاب لأقوام لم يستجيبوا الاستجابة المطلوبة، وذلك حتى تحقق بالترهيب ما لم تنجح فى تحقيقه بالترغيب.. وسوف نتعرض لمناقشة هذا الأسلوب بتفصيل فيما بعد.

٢ ـ تنمية الضمير المحاسب: ويعتبر الضمير من أهم مقومات النظرية الإعلامية الإسلامية. فلقد نجحت[٩٧] فى تحويل القيم والأنماط الإسلامية إلى وازع داخلى، أو ما يسمى بالضمير، وجعلته هاتفاً للخير ومروضاً للغرائز، ومحداً للنزوات، حتى يغالب جانب الشر الذى لا يمكننا أن نبرىء أية نفس بشرية منه، قال تعالى ﴿وَمَا أُبَرِّئُ نَفْسِي إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ إِلاَّ مَا رَحِمَ رَبِّي إِنَّ رَبِّي غَفُورٌ رَّحِيمٌ﴾[٩٨].

فهذا الوازع الداخلى هو الذى يذكرنا دائما بوجود الله، ويشعرنا دائما بقربه، فهو أقرب إلينا من حبل الوريد قال تعالى ﴿وَلَقَدْ خَلَقْنَا الإِنسَانَ وَنَعْلَمُ مَا تُوَسْوِسُ بِهِ نَفْسُهُ وَنَحْنُ أَقْرَبُ إِلَيْهِ مِنْ حَبْلِ الْوَرِيدِ﴾[٩٩].

وهدف النظرية الإعلامية من تنمية الضمير، هو تقوية مقاومة الإنسان للشر، وتنمية دافع الخير فى نفسه، فالفرد بذلك يقوم بدراسة متوازنة للاستجابة حتى تتفق مع القيم الإسلامية. أما إذا كانت الاستجابة لا تتمشى معها، فلاشك أن الهدف النهآئى للفرد من الاستجابة وهو تحقيق الاستقرار والتوازن لن يتحقق حيث سيظل هناك نوع من الإحساس بالذنب وعدم الاستقرار يلازمه كلما اتخذ استجابة لا تتمشى مع القيم الإسلامية. وبذلك تتكون لدى الإنسان عادة المحاسبة الداخلية وهى التى قصدها الحديث الشريف «حاسبوا أنفسكم قبل أن تحاسبوا، وزنوا أعمالكم قبل أن توزن عليكم».

مراجع الباب الرابع

(١) سورة النجم آية ٣، ٤.

(٢) سورة الأحزاب آية: ٢١

(٣) سورة الأنعام: ٧٥ ـ ٧٩.

(٤) د. على السلمى: السلوك التنظيمى ص ٧١.

(٥) د. عبدالعزيز القوصى: علم النفس ص٢٥.

(٦) د. عبدالعزيز القوصى: أسس الصحة النفسية ص ٦٢.

(٧) سورة النور: آية ٣٠.

(٨) سورة النور: آية ٣١.

(٩) سورة الأحزاب: ٣٢.

(١٠) سورة الإنشراح: ٨ ، ٩.

(١١) سورة الشمس: ٧، ٨.

(١٢) سورة الشمس: ٩، ١٠.

(١٣) سورة البلد: ١٠.

(١٤) Brace Westly, Macolom Maclean, A Conceptual Modle For Communication Research, Journalism Guartevly, 1957, Vol, 84, P. 31 - 38.

(١٥) د. على السلمى: مرجع سابق ص ٧٧ - ٧٩.

(١٦) الأهرام: ٢٨/ ٣/ ١٩٨١ من مقال «الكاتبة سيليفيا النفادى بعنوان «الجو يتحكم فى سلوكك مع الاخرين».

(١٧) Gloring and, wheeler, D, An Introduction to the Introduction Noise Problem. 1 Uinois Medical Journal. 107, (1), 1955.

(١٨) سورة الرعد آية: ١٦.

(١٩) سورة الفرقان: آية ٤٥ ـ ٤٦.

(٢٠) سورة يونس: ٢٢ ـ ٢٣.

(٢١) سورة هود: ٩٤.

(٢٢) سورة هود: ٨٢ ـ ٨٣.

(٢٣) سورة فصلت: ٢٢.

(٢٤) سورة النساء : ٥٦.

(٢٥) سورة التوبة: ٨١.

(٢٦) د. على السلمى: مرجع سابق ص ٨١.

(٢٧) د. على السلمى: مرجع سابق ص ٨٤ ـ ٨٥.

(٢٨) د. الخشاب، وأحدم النكلاوى: المدخل السيسولوچى للإعلام. دار الكتب الجامعية ـ القاهرة ـ ١٩٧٤ ـ ص٥١ ـ ٦٥.

(٢٩) د. على السلمى: مرجع سابق ص ٨٦.

(٣٠) سورة هود: آية ٨٥ ـ ٨٧.

(٣١) سورة سبأ: ٤٣.

(٣٢) سورة الأعراف: ٦٠.

(٣٣) سورة سبأ: ٣٥.

(٣٤) د. على السلمى: مرجع سابق ص ١٠٠.

(٣٥) سورة الحجرات: آية ١٣.

(٣٦) سورة الزلزلة: ٧، ٨.

(٣٧) سورة فاطر: ١٨.

(٣٨) سورة محمد: ٢٩.

(٣٩) سورة المائدة: ٢.

(٤٠) سورة الحجرات: ٩.

(٤١) سورة الحجرات: ١٠ ـ ١٢.

(٤٢) سورة الحجرات: ١٤.

(٤٣) سورة الزمر: ١٨.

(٤٤) سورة الشورى: ٢٠.

(٤٥) سورة البقرة: ٢٠١.

(٤٦) سورة الشورى: ٣٠.

(٤٧) سورة نوح: ١٠ ـ ١٢.

(٤٨) سورة يوسف: ٥٣.

(٤٩) سورة ص: ٨٢.

(٥٠) سورة النساء: ١٤٠.

(٥١) سورة النساء: ١٠٢.

(٥٢) د. على السلمى: مرجع سابق ص ٦.

(٥٣) عمر محمد جبرين: الأبصار ـ بعض آلياته العضوية والنفسية ـ مجلة عالم الفكر ـ المجلد الخامس ـ عدد اكتوبر ديسمبر ١٩٧٤ ـ ص٢٠٦.

(٥٤) د. على السلمى: مرجع سابق ص ٧١ ـ ٦٣.

(٥٥) الإمام الغزالى: إحياء علوم الدين ـ الجزء الأول ـ باب العلم.

(٥٦) د. محمد العبادى: مرجع سابق ص.

(٥٧) سورة يونس: آية ٣١.

(٥٨) سورة هود: ٢٠.

(٥٩) سورة السجدة: ٩.

(٦٠) سورة الإسراء: ٣٦.

(٦١) سورة الملك: ٢٣.

(٦٢) سورة الإسراء: ٣٦.

(٦٣) سورة المؤمنون: ٧٨.

(٦٤) سورة السجدة: ٩.

(٦٥) سورة البقرة: ١٨.

(٦٦) سورة فصلت: ٢٢.

(٦٧) سورة الحج: ٢٠

(٦٨) سورة النساء: ٥٦.

(٦٩) سورة فصلت: آية ٢٢.

(٧٠) سورة القمر: ٤٨.

(٧١) سورة الطور: ١٧ ـ ١٨.

(٧٢) سورة الواقعة: ٤١ ـ ٤٤.

(٧٣) د. على السلمى: مرجع سابق ص ١١٩.

(٧٤) سورة نوح: آية ٦، ٧.

(٧٥) سورة هود: ٩١.

(٧٦) سورة فصلت: ٥.

(٧٧) سورة الكهف: ٥٧.

(٧٨) سورة الإسراء: ٤٥ ـ ٤٦.
(٧٩) د. أحمد فائق: المكتبة الثقافية ص ٩ـ ١٠.
(٨٠) د. إبراهيم إمام. العلاقات العامة والمجتمع مرجع سابق ص ٢٦٠.
(٨١) د. محمد البادى: مرجع سابق ص ١٠٩ ـ ١١٤.
(٨٢) د. سيد خيرالله: سلوك الإنسان أسسه النظرية التجريبية، مكتبة الأنجلو المصرية ـ القاهرة ١٩٧٦ ص ٢٣٠.
(٨٣) مرجع سابق ص ٢٠٣.
(٨٤) د. على السلمى: مرجع سابق ص ٦٥.
(٨٥) معجم ألفاظ جـ٢ ص ١٦٢.
(٨٦) سورة ص: اية ٢٥.
(٨٧) سورة النحل: آية ١٢.
(٨٨) د. خليل صابات: الإعلان: تاريخ أسسه وقواعده، فنونه وأخلاقياته الأنجلو المصرية ـ الطبعة الأولى ٩٦٩ ـ ص ١٥٦.
(٨٩) سورة سبأ: آية ٤٦.
(٩٠) د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١٥٥.
(٩١) د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١٢٣.
(٩٢) د. على السلمى: مرجع سابق ص ١٢٧.
(٩٣) د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١٣١.
(٩٤) د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١٢٩٢.
(٩٥) د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١٧٥.
(٩٦) د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١٣٥.
(٩٧) عبدالغنى سعيد: تقدمية الإسلام وعالمنا المتطور ـ دار الكرنك ـ الطبعة الأولى ـ ١٩٦٥ ص ٨٤.
(٩٨) سورة يوسف: آية ٥٣.
(٩٩) سورة ق: ١٦.

الباب الخامس

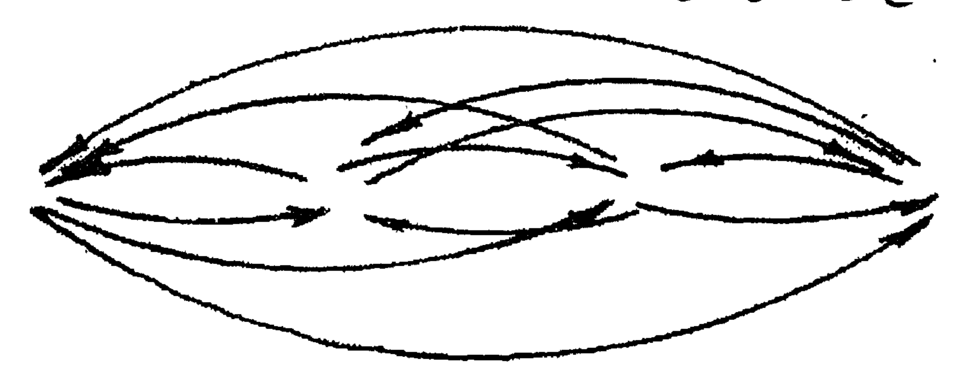
النموذج الثالث للإتصال الإسلامى

نموذج الإتصال بين فردين

يتناول هذا النموذج بالدراسة والتحليل طبيعة الإتصال داخل المجتمع الاسلامى، الذى يعتمد إعتماداً كبيراً على هذه الاتصالات. وترجع أهميتها إلى أنها تساعد على نشر الدعوة والتعليم من جهة، ومن جهة أخرى تقوم بعملية مراقبة المجتمع الاسلامى ومنع أى إنحراف أو خروج على التقاليد الإسلامية. فكل فرد من أفراد المجتمع يتحول إلى مرسل ومستقبل.

فى النموذج السابق أشرنا إلى أن الفرد يتلقى منبهات عديدة عن طريق أجهزة الاستقبال لديه، يبدأ فى إدراكها على ضوء عوامل عديدة، ثم التفكير فى الاستجابة التى يتخذها، وأشرنا إلى أنها إما أن تكون مشاعر أو آراء أو أفعالا. وأن هذه الاستجابة قد تكون منبهاً جديداً لنفسه يستجيب له مرة أخرى. وقد قدمت النظرية الإعلامية الإسلامية أمثلة عديدة لهذا النوع من الاتصال وخاصة فى مجال العقيدة والتأكل والبحث عن الله، كما هو متمثل فى قصة إبراهيم عليه السلام عندما تأمل فى المساء يبحث عن إله.

أما على مستوى التفاعل الاجتماعى بين أفراد المجتمع الإسلامى، فإذا تخيلنا وجود أربعة أفراد فقط سنجد أن كلا منهم يتلقى منبهات خارجية وداخلية يحللها ويستجيب لها على ضوء الإطار الدلالى الإسلامى، وتعتبر هى فى نفس الوقت منبهات لكل من الثلاثة الآخرين الذين يستقبلون المنبه ويرسلون إستجابتهم إلى الآخرين، وهكذا أى أن كل فرد على مستوى أى منبه يتصل بالثلاثة الآخرين وذلك كما يتضح من الشكل الآتى:



(شكل رقم ١٠) يبين درجة التفاعل الاتصالى فى نموذج مكون من أربعة أفراد داخل المجتمع الإسلامى

ومن الـرسم السابـق يتضح لـنا أن كل فرد مـن أفراد المجتمـع الاسلامى يتـحرك حركة هـادفة وواعية تجاه مـستقبل غـير محدد، لـكى يعمل عـلى تعديل إدراكـه على الأحداث وفقـاً لإطار الدلالة الإسـلامى، أو لمقاومة أى تـعديل أو إنحـراف عن هذا الإطار.

وذلك يوضـح مـدى إيمان النظرية الإعـلامية الإسلامية كـون الإسلام دين دعوة، ودينا عالمياً، وإيـمانها بإنتقال الأفكار فى شـكل متواليات [1] عددية، فلـو أن كل فرد نقل أفكاره إلى آخر لأصبـحا إثنين، ولو نقل الإثنان إلى إثنين آخـرين لأصبحوا أربعة وهكذا. فإنـنا نجد أنه لن يمر وقـت طويل حتى تنتشـر المعرفة وتعم ويصـل العارفون بالدعوة إلى عشرات ومئات الملايين.

وهذه الحركة الدائبة للتغيير والمراقبـة واجبة على كل فرد مسلم. أى أن كل مسلم بمقتضى هـذا الوجوب الذى حددته الآيات القـرآنية والأحاديث النبويـة أصبح داعيا على قـدر إمكانيـاته ومعلـوماته، قال تـعالى ﴿يَا أَيُّـهَا الرَّسُولُ بَلِّـغْ مَا أُنـزِلَ إِلَيْـكَ مِن رَّبِّكَ﴾[2]. ﴿ادْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾ [3]. أما الأحـاديث النبوية: «ليبلغ الشاهد منكم الغائب» [4]. وأيضا «والذى نفسى بيده لتأمرن بالمعروف ولتنهون عن المنكر أو لـيوشكن الله أن يسلط عليكم عقابا منه ثـم تدعونه فلا يستجاب لكم» [5].

فالقائم بالاتصال أو الداعية فى النـظرية الإعلامية الإسلامية هادف، وهادف دائماً وذلك بخلاف بعض نماذج الاتصال الحديثة التى ترى أن القائم بالاتصال غير هادف. وأن قدراً كبيـراً من المادة الإعلامية التـى يقدمها يتم نقـلها فى كل الوسائـل الإعلامية بالمصادفة وبالقضـاء والقدر، ـ كما أشار إلـى ذلك ـ و«ستلى» و«ماكلين» فى نموذجها لتحليل عملية الاتصال.

على أن عمـلية الاتصال لا تتم هـكذا بشكل مبـاشر بين أ، ب. وإنما يمكـن تحليل هذه العملية إلى عناصرها الرئيسية على النحو الآتى:

١ ـ مرسل.

٢ـ رسالة.

٣ـ وسيلة.

٤ـ مستقبل.

٥ ـ هدف.

٦ـ رجع الصدى.

وفى إطار هذه العناصر أشارت النظرية الإسلامية إلى عناصر ثلاثة أخرى مساعدة وهى:

٧ـ الأسس الفنية للإقناع والتأثير.

٨ـ التخطيط.

٩ـ البحوث.

وحتى يحقق الاتصال هدفه بنجاح فقد تناولت النظرية الإعلامية كل عنصر من هذه العناصر بالتفصيل، وحددت كافة العوامل التى يمكن أن يكون لها تأثير فى التقليل من فاعلية التشويش وبالتالى من فاعلية الاتصال.

وسنحاول فيما يلى تناول كل عنصر من عناصر النموذج السابق على ضوء النظرية الإعلامية الإسلامية مشيرين إلى كافة الجوانب التى تناولتها النظرية الإعلامية الإسلامية، مع الاشارة إلى جوانب تطبيقاتها المختلفة، وذلك فيما يلى من فصول:

الفصل الأول

تعريف الداعية وأهدافه

أولا: تعريف الداعية:

الداعية كما يقول «إفريت روجرز» هو شخص محترف يحاول التأثير في الناس لكي يتبنوا أفكاراً معينة يشعر أنها ضرورية وهامة[٦]، ويعرف «البهي الخولي» الداعية بأنه شخص مؤمن بفكرته يدعو إليها بالكتابة والخطابة والحديث العادي والعمل الجدي وبكل ما يستطيع من وسائل الدعاية، فهو كاتب وخطيب ومحدث وقدوة يؤثر في الناس بعمله وشخصه، والداعية أيضا طبيب إجتماعي يعالج أمراض النفوس ويصلح أوضاع المجتمع الفاسدة، فهو قائد في محيطه وسياسي في بيته وزعيم لفكرته[٧] كما يعرفه بعض العلماء بأنه إنسان مجهز تجهيزاً خاصا ليقوم بمهمة شاقة دقيقة كتلك التي دعا إليها الأنبياء والمرسلون ويحدد الدعاة بأنهم كل من غلبت فكرة الدعوة على حياتهم أو كانت مهنة لهم[٨].

ونستطيع أن نعرف الداعية بأنه شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها، يؤمن بها ويصدر عنها في سلوكه وتصرفاته، ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة ومختلف الأساليب الاقناعية من أجل تكوين رأي عام صائب علمي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته، وذلك وفق منهج علمي وفني مدروس ومخطط ومستمر ودون أن يبغي بذلك منصبا أو جاها.

وهناك مرادفات عديدة للداعية تطلقها النظرية الإعلامية على القائمين بشئون الدعوة وفقا لوظائفهم وهي [٩]:

١ـ الواعظ: وهو المرشد الذي ينصح الناس بالموعظة الحسنة.

٢ـ المبشر: هو الواعظ الذي يعظ الناس ويدعوهم باللطف والعطف.

٣ـ المنذر: هو الواعظ الذى يعظ الناس ويدعوهم بالتخويف والترهيب والترويع بالعقاب.

٤ـ المحتسب وهو المراقب على الأحكام والأوامر والمأذون له بالمراقبة من قبل الحاكم أو الأمير، ويسمى أحياناً بالآمر بالمعروف والناهى عن المنكر.

وقد أطلق علماء الاتصال الغربيون على الداعية أو القائم بالاتصال مسميات عديدة والقائمة التالية تزودنا بدليل نستدل به على مجموعة هذه الكلمات.

مفاتيح الاتصال	إستخدمها	ليونبرجر	عام	٦٠
الزعماء	«	مارش وكولمان	«	٥٤
الزعماء غير الرسميين	«	ويكلتنج	«	٥١
زعماء الاستعلامات	«	شيبرد	«	٦٠
« تبنى الأفكار	«	روجرز وسفيليوس	«	٦٠
أصحاب النقود المحليين	«	ليونبرجر	«	٥٣
« «	«	مورتون	«	٥٧
« «التأثير	«	امرى ولوزر	«	٥٨
صناع الذوق	«	جماعة الرأى العام	«	٥٩
مهندسوا الأسلوب	«	كولمان	«	
شموع الاحتراق	«	روس	«	٥٨
حراس البوابات	«	كوين	«	٥٢

ويعتبر الداعية أو القائم بشئون الإعلام الدينى من أهم العناصر التى يتوقف عليها نجاح الرسالة الإعلامية. فإذا كانت مادة الرسالة قوية، وإذا كانت وسيلة الإعلام المستخدمة تتمتع بفاعلية كبيرة فى سرعة تبليغ الرسالة أو فى قوة تأثيرها، ثم تفتقد

العملية الإعلامية رجل الإعلام القادر على نقل الرسالة، وعلى إحداث التأثير المطلوب فإن هذا سيقضى حتما على كل إحتمالات نجاح العمل الإعلامى حتى ولو كان مرضوع الرسالة يعالج جوانب خطيرة وهامة.

فالداعية هو العنصر الفعال فى الدعوة، ولا تنتصر دعوة إلا بالداعية أو القائم بالاتصال الذى يؤمن بها ويحسن عرضها. ولهذا كان تكوين الدعاة (١٠) يعنى تكوين الأمة فالأمم العظيمة ليست إلا صناعة حسنة لنفر من الرجال.

ولاشك أن الدعوة وظيفة رسل الله جميعاً، من أجلها بعثم الله تعالى إلى الناس. فكلهم بلا إستثناء، دعوا أقوامهم إلى الإيمان بالله وأفراده بالعبادة، وعلى النحو الذى شرعه الله لهم ﴿وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَّسُولاً أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ﴾ (١١)، وكما دعا الرسل أقوامهم إلى عبادة الله فقد دعا رسولنا ﷺ أمته. وتكررت الآيات التى تحث على ذلك قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُّنِيرًا﴾(١٢) ولم يقتصر الخطاب على رسولنا عليه السلام وإنما مقصود به كل بالغ عاقل من الأمة الإسلامية ذكراً كان أو أنثى.. فلا يختص العلماء وحدهم أو كما يسميهم البعض رجال الدين بأصل هذا الواجب لأنه واجب على الجميع وإنما يختصون بتبليغ تفاصيله وأحكامه ومعانيه، نظراً لسعة علمهم به ومعرفتهم بجزئياته قال تعالى ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾(١٣). والحديث الشريف الذى رواه الامام البخارى عن ابن عباس أن النبى ﷺ قال «فليبلغ العلم الشاهد الغائب» (١٤) ويدخل فى معنى الشاهد «كل مسلم علم من أمر المسلمين شيئا» (١٥).

على أن مقدرة الداعية على الإقناع والتأثير تتوقف على عوامل كثيرة منها عوامل متعلقة بالداعية نفسه، وهذا نص ما قال به أرسطو منذ ألفى سنه: «إن الاقناع يتحقق عن طريق شخصية المتكلم إذا جعلنا نعتقد أنه يمكن تصديقه، ومعنى هذا أن هناك صفات معينة أو ظروفاً معينة تتعلق بشخصية المرسل وتساعده على أن يصل إلى إقناع من يتصل به.

فما هى تلك الصفات أو الظروف المعينة التى تساعد على نجاح الداعية، وتوفر له أقصى قدر من النجاح والتأثير؟.. وذلك ما ستعرض له فى هذه الفصول:

ثانيا: أهداف الداعية:

الأهداف لفظ يعبر به عن الغايات التى توجه إليها جهودنا وهذا المبدأ من أهم المبادىء التى وضعها العسكريون للحرب، ففى الحرب الأخيرة مثلا كان للهدف عند الجندى معنى محدداً جداً، فكان يعرف أن قدراً كبيراً من التفكير والتخطيط يجب أن يترجم إلى جهود لبلوغ هذا الهدف، وأن النجاح فى بلوغ هدف ما له أثره فى باقى العمليات، وهذه بدورها لها أثرها على النتيجه النهائية للحرب [١٦].

ومن المسلم به أن لكل نشاط من أنشطة الدعوة الإسلامية غرضاً محدداً يطلق عليه إسم المقصد أو الهدف. فلا معنى لنشاط لا هدف له ولا مقصد.

وتحديد الأهداف منذ البداية وإعلانها صراحة للجمهور يساعد على ضمان نجاح وإستمرار الدعوة، ولذلك كانت رسالات الأنبياء واضحة ولم يكن فى دعواتهم شىء غامض أو مستتر وفى ذلك يقول الله تعالى فى موسى وهارون.

﴿وَآتَيْنَاهُمَا الْكِتَابَ الْمُسْتَبِينَ (١١٧) وَهَدَيْنَاهُمَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ﴾ [١٧]. كما كان صحابة رسول الله ﷺ يدركون من البداية ما معنى دخولهم فى الإسلام، وما هى المراحل الحتمية التى سيخوضونها بإعتناقهم لهذا الدين [١٨].

فهذا أحد الأنصار فى بيعة العقبة يقول «أتدرون على أى شىء بايعتم رسول الله؟ لقد بايعتموه على الموت». فتأكد من القول أن وضح الهدف يحقق اليقين بقدوم المواجهة، فيتحقق الاستعداد لها. والاستعداد والرغبة فى المواجهة لا تقل أهمية عن المواجهة ذاتها. كما أن وضوح الغاية يحقق الشعور بالشوط الذى قطعه الداعية فى طريق التحقيق لتلك الغاية. وبالتالى فإن هذا الشعور يقوى فيه إرادة الاستمرار وعزم الوصول [١٩] فضلا عن أنه يجعل الهدف الأسمى سلسلة متتابعة من المقاصد والأهداف محددة سلفا فيتحقق هدف وراء هدف والنتيجة العامة لتحقيق هذه الأهداف هى بلوغ الهدف الأسمى الشامل المرجو [٢٠].

على أن تحديد الداعية لأهدافه لا يكفى لنجاحه، فلابد له من المحافظة عليها خلال ممارسة الدعوة حيث أنها متكاملة (٢١)، ونادراً ما تكون عملا قصير المدى.

تحديد الأولويات:

وتحديد الأولويات بين الأهداف لا يقل أهمية عن تحديدها، فمن الضرورى الداعية أن يرتب الأهميات ولايضحى بالأهم لأجل ما هو دونه فى الأهمية (٢٢). بمعنى أن يميز بين الأهداف الرئيسية التى تعكسها الخطة وبين الأهداف الفرعية التى تسعى إلى تحقيقها البرامج الفرعية المنبثقة عن تلك الخطة (٢٣).

ولا جدوى طبعاً من تحديد هدف ما، إذا كان ذلك الهدف غير عملى أو بعيد المنال. وليس من الضرورى أن يتحقق الهدف لمجرد قيام دلائل الرغبة فيه، فلابد لبلوغ الهدف من وجود مجموعة من المصالح المشتركة (٢٤)، أى لابد من إيجاد مثل تلك المصالح المشتركة أو الأهداف المشتركة بين الداعية والجماهير المختلفة التى لا غنى عن تأييدها ومؤازرتها.

وتتحدد أهداف الداعية على ضوء الأهداف الأساسية للدعوة، ويمكننا أن نحدد هذه الأهداف كما يلى:

١ـ الدعوة إلى توحيد الله عزوجل، وإفراده بالعبادة ووصفه بكل صفات الكمال وتنزيهه تعالى عن الشريك والمثيل والصاحبة والولد، ولقد كانت هذه القضية هى القضية الأولى التى تصدت لها الدعوة الإسلامية من اليوم الأول للدعوة. ذلك لأن قضية الألوهية هى القضية الأساسية التى ليس وراءها شىء فى حياة الانسان إلا ما يقوم عليها من التفريعات المتعلقة بنظام الحياة.

٢ـ الإيمان بالله واليوم والآخر وما فيه من بعث وحساب وحشر وجزاء، حيث يجد المرء هناك جزاء ما قدمت يداه ويجنى ثمرة ما غرست ساعداه ﴿فَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۝٧ وَمَن يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ﴾ (٢٥).

٣ـ تجلية محاسن الإسلام وبيان مزاياه وتقريب مفاهيمه وحقائقه للناس كل على حسب إستعداده ومداركه.

٤ـ بيان طرق العبادات من طهارة وصلاة وصيام وحج وزكاة وجهاد. مع بيان مقاصد الاسلام من هذه العبادات، وأنها ليست تكاليف جوفاء، وإنما تربية حكيمة لمشاعر النبل والصفاء والقدوة والتماسك والتعاطف والتآلف بين الأخوة.

٥ ـ تحديد طرق المعاملات الصحيحة من بيع وشراء وإجارة وشركة.. إلخ.

٦ـ بيان المنهج السليم لعلاقة الانسان بربه ونفسه ومعارفه وجميع الناس.

٧ـ بيان الحلال والحرام على الصعيد العام فى كل أمر من الأمور.

٨ ـ الترغيب فى عمل الخير ببيان مآثره العاجلة.

٩ـ الأمر بالمعروف والنهى عن المنكر.

١٠٠ـ محاربة المذاهب الهدامة ودحضها بالحجة فى وعى وبصيرة وإزاحة كل المعوقات التى تحول بين المسلم ودينه.

١١ـ محاربة البدع السارية فى حياة المسلمين فى العقائد والسلوك.

١٢ـ الترهيب من عمل الشر وبيان آثاره السيئة عاجلة وآجلة.

وهكذا نرى أن هذه الأهداف هى التى توجه جمهور المشتغلين بالدعوة، وتجعلهم مدركين تماماً لغايتهم التى يسعون إلى بلوغها. ويستطيع الداعية أن يحدد أهدافه بوضوح إذا ما سأل نفسه بإستمرار عما يريد أن يحققه. وإذا نجح فى تحديد أهدافه بوضوح أصبح من السهل عليه إختيار أفضل وأقصر الطرق التى توصله إلى هدفه.

إعتبارات أساسية:

على أن الداعية وهو يقوم بتحديد الأهداف التى سيوليها عنايته وإهتمامه يجب أن يهتم بالآتى:

١ـ إن ما يريده الناس قد لا يكون هو ما يحتاجون إليه فعلا، وما يعتقد أن الناس يحتاجون إليه قد لايكون هو ما يريدونه، وإنما المهم أن تعكس الأهداف التى يحددها الإحتياجات الفعلية للجماهير.

٢ـ إن الداعية طبيب، والطبيب لاينصح بدواء واحد لكل المرضى، وإنما يصف الدواء بحسب الداء..... وعلى هذا النهج يجب أن يسير الدعاه وأن يتفهموا مطالب الجماهير المتنوعة، وأن يدرسوا كل جمهور على حده، ويحللوا تفكيره وإتجاهاته ويرسموا الخطط المناسبة له ويختاروا وسائل الإعلام المستمرة بالنسبة إليه.

٣ـ أن تكون الأهداف إيجابية وليست سلبية بمعنى أن تتجه إلى إحداث التأثير الطيب بدلا من أن تتجه إلى التفكير فى كيفية منع أى تأثيرات معادية [٢٦].

٤ـ أن تكون الأهداف واقعية وصريحة وواضحة كما أنه ينبغى كتابتها لكى يعرفها الجميع.

٥ ـ أن تكون الأهداف معقولة من حيث المال والجهد والوقت المخصص لها، فلعامل الوقت فى بعض الأحيان أثر كبير فى تحديد أهداف الداعية، فبالنسبة للجهاد مثلا نجد أن الهدف البعيد المدى للداعية هو تهيئة جو عام يصور أهمية الجهاد ودوره فى الحفاظ على إستقلال الأمة وعقيدتها، أما الهدف المتوسط المدى فهو الحث على التدريب وإعداد القوة العسكرية الرادعة التى تمنع كل من تسول له نفسه مجرد التفكير فى الاعتداء، أما عندما يقع هجوم مباشر على دولة إسلامية نجد أن الهدف المباشر هو حث الناس على الإنتظام فى صفوف المجاهدين والتبرع بالمال والدماء والعمل على المحافظة على الروح المعنوية عالية. وفى مثل هذه الحالة يلجأ الداعية بحكم ضيق الوقت إلى تبسيط الأهداف وتوضيحها والإقتصار على الأهداف المباشرة[٢٧].

٦ـ عند تحديد الأهداف يتعين مراعاة الآراء السائدة والعادات وميول الجماهير المختلفة التى يراد التأثير فيها، وأساليب التفكير الاجتماعى والاقتصادى السائدة وأن نبحث عن نقاط التلاقى [٢٨].

تحديد الأهداف:

وعندما تكون الجهة المسئولة عن الدعوة وزارة أو هيئة أو منظمة، فإن الإجراء الصحيح الذى يجب أن يستخدم لتحديد الأهداف يتم على النحو الآتى:

١ـ يعمل كل مدير مع مرءوسيه كجماعة لوضع الأهداف للفترة التالية شهر أو ثلاثة أشهر أو سنة. وقد توضع الأهداف لفترة أطول لكنها يجب أن تكون لمجرد العلم. على أن يعاد فحصها وتعديلها فى آخر كل فترة، ويجب أن تشتمل الأهداف على الأبعاد الآية:

أ ـ الأهداف النهائية فى صورة متغيرات محددة.

ب ـ الأهداف التنظيمية التى تتناول نظام التفاعل والتعامل كإحداث تحسين فى عملية التبليغ أو فى عملية تفاعل الجماعة.

جـ ـ الاجراءات والعمليات التى تستخدم لتحقيق هذه الأهداف.

د ـ الاجراءات والعمليات التى تحدد مدى الكمال فى كل إجراء يتبع.

٢ـ فى نهاية كل فترة يقدم المسئول نتائج ما تم إنجازه بالنسبة للأهداف الموضوعة، وعوامل النجاح، وما يجب عمله فى الفترة التالية لزيادة النجاح والتغلب على الفشل.

٣ـ وفى الوقت الذى تستعرض فيه النتائج تدرس الأهداف والخطط التالية، ويدخل التحسين والتعديل على الاجراءات والوسائل تبعاً لما تكشف عنه البيانات أو تتطلبه الطرق الجديدة المحسنة (٢٩).

وهكذا تتضح لنا طبيعة عمل الداعية والتى تميزه عن غيره من القائمين بالاتصال من حيث طبيعة الأهداف التى يسعى إلى تحقيقها. فهو يتصل ليؤثر ويؤثر دائماً، ولهذا فإن الهدف فى حياته معنى محدداً، وكل همسة منه وكل خطوة أو حركة يجب أن يكون لها حساب على طريق دعوته، وأن يبظر إليها بقدر ما تحقق له من نجاح. بل إن النجاح السريع الحافل إن لم يفظر إليه على ضوء مساهمته فى تحقيق الهدف النهائى فهو خسارة محسوبة عليه لا محالة. فعندما ننظر إلى فتح مكة نجد أن رسول الله ﷺ عندما دخل مكة فاتحا لم يبهره هذا النصر ولم يدفع به إلى الانتقام أو التشفى ممن آذوه وأخرجوه من بلده، وإنما وضع هذا الانتصار الحافل فى كفة ودعوته فى الكفة الأخرى وتغلب على كل العوامل النفسية، وأصدر حكمه مدوياً فوق

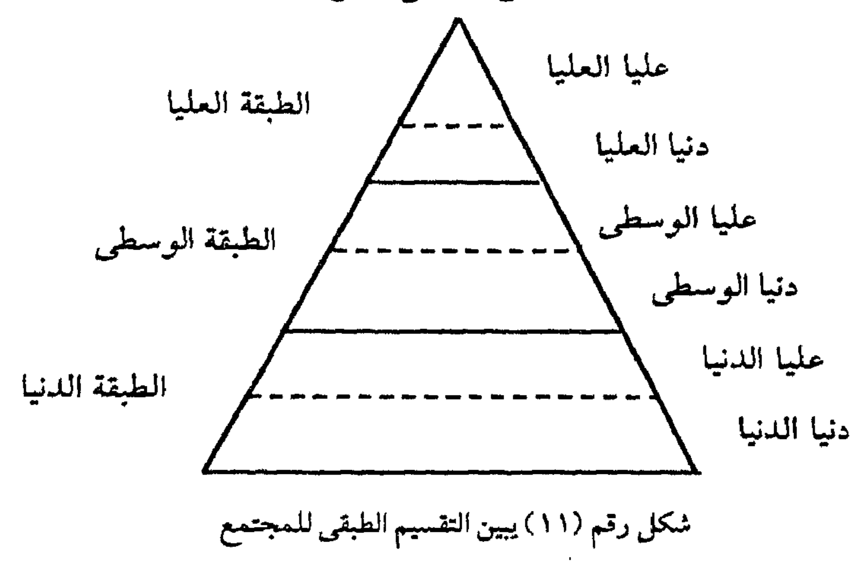
الزمان وبكل ما امتلأ قلبه من حب ورحمة لأهله وحرص على هدايتهم «إذهبوا فانتم الطلقاء»، الأمر الذى هز قلوب أهل مكة جميعاً، وأصابهم بما يشبه الصدمة العصبية التى طهرتهم ونزعت ما فى قلوبهم من غل وحسد وحقد فتباروا إلى الايمان بالدعوة الجديدة، وتفانوا فى الإخلاص لها والعمل من أجلها، وكانوا من خير المدافعين عنها والحاملين لواءها. وبذلك تحول النصر العسكرى الرائع إلى إنتصار حافل للدعوة الإسلامية ونزل قول الله تعالى: ﴿الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِى وَرَضِيتُ لَكُمُ الإِسْلامَ دِينًا﴾.

الفصل الثانى

المركز الاجتماعى للداعية

يؤثر المركز الاجتماعى الذى يشغله الداعية على مدى نجاحه وفعاليته. والمركز الاجتماعى أو المكانة الاجتماعية هى المرتبة التى يضع أفراد الجماعة فرداً منهم بناء على السمات والصفات التى لهذا الفرد والتى ينظر إليها أفراد الجماعة بالتمييز والإحترام أو بالاعتراض والاحتقار. فمثلا إذا كانت هناك جماعة دينية ووجد بين أتباعها من يتبع تعاليم الدين، ويسلك السلوك المتمشى معها، فإن فى صفاته هذه بين الجماعة ما يمنحه مكانة إجتماعية عالية (٣٠).

ويلاحظ دائماً بأن المكانات الاجتماعية فى أى مجتمع من المجتمعات تأخذ شكلا هرمياً بحيث تكون المكانات العليا هى القلة والمكانات الدنيا هى الكثرة، وهذا الشكل الهرمى يختلف من مجتمع إلى آخر، ويطلق على المكانات المتشابهة إسم الطبقة الاجتماعية. ويقسم علماء الاجتماع البناء الطبقى فى أى مجتمع إلى ثلاث طبقات: الطبقة العليا والطبقة الوسطى والطبقة الدنيا كما قد تقسم كل طبقة إلى طبقتين فرعيتين (٣١). عليا ودنيا وذلك كما فى الشكل الآتى:



شكل رقم (١١) يبين التقسيم الطبقى للمجتمع

كما يمكن تقسيم المكانات الاجتماعية إلى قسمين:

أ ـ مكانات منسبة: وهى تلك التى تلتصق بالطفل أو تنسب إليه منذ ولادته.

ب ـ مكانات مكتسبة: وهى تلك التى يحصل عليها الفرد بجهوده وعمله (٣٢).

وللمكانة الاجتماعية للفرد أثر كبير على مقدرته الاتصالية، وهناك العديد من الدراسات التى تثبت هذا الأثر. فقد وجد «ليو نبرجر» عام ١٩٥٩ أن قادة الفكر فى مجال الزراعة ينتشرون بوجه عام على طول جبهة التنظيم الاجتماعى بما تحويه من قطاعات مختلفة، ولكنهم يتمركزون فى القسم الأعلى من هذا التنظيم (٣٣)، وعلى وجه العموم وجد أن الفلاحين يميلون إلى طلب النصيحة من قادة الفكر الذين يعلونهم قليلا فى المركز الاجتماعى، وفى دراسة أخرى له عام ١٩٥٣ وجد أن قادة الفكر يمتلكون مزارعهم فى أغلب الأحوال، وهذه المزارع فى العادة أكبر نسبياً من غيرها (٣٤). كما وجد «سابيرو» عام ١٩٥٦ أن قادة الفكر يتمتعون بمركز إجتماعى أعلى من مركز تابعيهم كما انتهى «إمرى» و«أوزر» عام ١٩٥٨ و«عبدالرحيم» عام ١٩٦١ و«فان دى بان» و«روجرز» و«بيردج» عام ١٩٦٢ أن قادة الفكر فى أوساط الفلاحين يعملون فى العادة فى مزارع أكبر من غيرها. وإنتهى «روجرز» عام ١٩٥٥ من بحثه إلى أن قادة الرأى يمتلكون مزارع أكبر ويربحون دخلا سنوياً أكبر أو يشغلون مركزاً إجتماعياً أرفع من مكانة التابعين (٣٥).

وتعبير قادة الفكر يقصدبه أولئك الذين يقصدهم غيرهم لطلب النصيحة (٣٦). ويرجع السبب فى رأينا فى الأثر الذى يحدثه المركز الاجتماعى للفرد إلى عاملين:

١ ـ الميل إلى المحاكاة: وهى خاصية من خواص الايحاء تجعل الفرد يتأثر بمشاهدة الآخرين وهم يسلكون سلوكا معينا. أو يقومون بعمل من الأعمال وخاصة إذا كان ذا مركز إجتماعى متميز (٣٧).

٢ ـ الثقة: ففكرة الجمهور الذى يتعامل معه الداعية عن الداعية نفسه قد تؤثر على نجاحه. وهذه الفكرة تختلف باختلاف الصفات المميزة لكل من الجمهور والداعية. كما أنها تقرر إلى حد بعيد مدى الاتصال الذى سوف ينشأ بين الداعية

والجمهور[٣٨] وعادة يكون السبب فى هذه الثقة الناشئة بين الجمهور والداعية راجعة إلى ما استحوذ عليه الداعية أو القائم بالاتصال من صفات ومؤهلات وثقافة فهو فى إعتبار الجمهور لذلك لن يفعل إلا ما فيه الصواب. وإما لأنه بحكم ما ورثه من مكانة اجتماعية ومركز متميز وما صحب ذلك من تنشئة حسنة تجعله لا يتخذ إلا قراراً صائباً.

وفى دراسة لتحديد أثر الثقة فى الداعية أو المصدر قام بها «هو فلاند» و«جانيس» وفى دراسة أخرى «لكليمان» وهو فلاند» تبين أن الأشخاص يحصلون على نفس القدر من المعلومات من مصدر يوثق به ومصدر لا يوثق به ومع ذلك فقد كان حكم الأشخاص على الأفكار المقدمة مختلفا إعتمادا على مدى ثقتهم فى المصدر[٣٩].

ونظرا لأهمية المركز الإجتماعى للداعية، فقد منحه الإسلام مكانة عظيمة قال تعالى ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلاً مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِى مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ [٤٠] فأحسن عمل يمكن أن يمارس هو الدعوة إلى الله.. والداعية هو الشخص الذى يمارس الدعوة إلى الله ويستحق هذه المكانة الإجتماعية العالية إذا جمع بين ممارسة الدعوة والحرص على العمل الصالح أى يكون هو نفسه كما حددت الآية مهتدى لعمل الخير ويؤدى الفرائض ويجتنب المحارم كما يقول «ابن كثير» فى تفسير [٤١] هذه الآية. فهو يستحق هذه المكانة بفضل ما اكتسبه من صفات عظيمة لترويض نفسه وللدعوة إلى الله ثم أيضا للجزاء المترتب على الدعوة الثابت فى حديث رسول الله ﷺ «لأن يهدى الله بك رجلا واحداً خير لك من حمر النعم» وفى حديث آخر.. «من دل على خير فله مثل أجر فاعله» [٤٢].

ولأهمية مركز الداعية الاجتماعى على عملية الدعوة نجد أن الله تعالى لم يختر نبيا إلا وكان معروفا فى الوسط الذى يبعثه إليه بالشرف والنسب والطهر والعفة [٤٣] وأيضا عندما اختار محمداً عليه الصلاة والسلام إختاره وهو فى قمة النسب من قريش وقريش فى القمة من الأنساب والأعراق بين العرب.

ولما كانت العلاقات الاجتماعية تنمو فى إتجاه أفقى داخل الطبقة الاجتماعية

الواحدة. نجد أن أقرب أصدقاء النبى عليه الصلاة والسلام كانوا أيضاهم قمم قريش فى الشرف والحسب.. وهم أيضا أسرع الناس إستجابة للدعوة نظراً للثقة القائمة بينهم وبين الداعية الأول ﷺ ومن هؤلاء أبو بكر وعثمان وطلحة والزبير وعمر بن الخطاب وأبو عبيدة بن الجراح وعلى بن أبى طالب وحمزة.. فكل هؤلاء أشراف وبعضهم واسع الثراء. كما أن كل واحد من هؤلاء عندما آمن قام بنفس الدور بدعوة الآخرين المحيطين به ممن يقتنعون برأيه ويثقون فيه وله عليهم تأثير ونفوذ أدبى.

فالمركز الاجتماعى للداعية داخل النظام الاجتماعى والاقتصادى للمجتمع من المقومات الرئيسية لنجاح أية دعوة.. ليس فى تاريخ الدعوات دعوة كتب لها النجاح بدعاة فى مؤخرة الصف الاجتماعى. بل إن الدعوة الإسلمية لم تتأخر إلا عندما أهمل شأن الدعوة ، وعندما تحالفت عوامل كثيرة على وضع الدعاة فى مؤخرة الصفوف اجتماعيا وماديا وأدبيا وعلى هز صورتهم الذهنية فى أذهان الجماهير، وذلك بالتركيز على بعض الصفات الذميمة لدى بعضهم وتعميمها على الآخرين لإشاعة جو من عدم الثقة وكانت الصحافة هى الرائدة فى هذا المجال.

وإلى جانب الصحف التليفزيون والسينما والمسرح التى لا تكاد تضيع فرصة سانحة للسخرية من رجال الدين، بطريق مباشر أو غير مباشر إلا واستغلتها.

وإذا قارنا بين موقف وسائل الإعلام من الداعية وموقف القرآن كما قدمته النظرية الإعلامية الإسلامية نجد فارقا كبيرا فالقرآن يأبى على المسلمين أن ينادوا رسول الله ﷺ براعنا ومع أنها من الرعى والرعاية ورعى الغير، أى حفظه ، وراعى مصالحه وراقبها. إلا أنها لمجرد إلتباسها بكلمة توهم عند اليهود والمشركين معنى فيه إيذاء لرسول الله ﷺ، لذلك نجد قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا﴾(٤٤).

وفضلا عن ذلك فقد حددت النظرية الإعلامية الإسلامية أسلوب تعامل الجمهور مع الدعاة حتى تكون بذلك الصورة الذهنية التى تجعلهم فى موقع الثقة والتأثير منهم.. وإن كانت الآيات التى تتعرض لذلك تخصص هذه المعاملة لحضرة المصطفى

ﷺ، إلا أنها أيضا ممتدة للعلماء وللدعاة باعتبارهم ورثة الأنبياء.. قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تُقَدِّمُوا بَيْنَ يَدَيِ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ (١) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَرْفَعُوا أَصْوَاتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ النَّبِيِّ وَلا تَجْهَرُوا لَهُ بِالْقَوْلِ كَجَهْرِ بَعْضِكُمْ لِبَعْضٍ أَن تَحْبَطَ أَعْمَالُكُمْ وَأَنتُمْ لا تَشْعُرُونَ (٢) إِنَّ الَّذِينَ يَغُضُّونَ أَصْوَاتَهُمْ عِندَ رَسُولِ اللَّهِ أُولَئِكَ الَّذِينَ امْتَحَنَ اللَّهُ قُلُوبَهُمْ لِلتَّقْوَى لَهُم مَّغْفِرَةٌ وَأَجْرٌ عَظِيمٌ (٣) إِنَّ الَّذِينَ يُنَادُونَكَ مِن وَرَاءِ الْحُجُرَاتِ أَكْثَرُهُمْ لا يَعْقِلُونَ (٤) وَلَوْ أَنَّهُمْ صَبَرُوا حَتَّى تَخْرُجَ إِلَيْهِمْ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَّحِيمٌ﴾(٤٥).

وهكذا فإننا لزيادة فعالية الدعوة وتأثيرها يجب أن نعمل على وضع الدعاة فى المكانة الاجتماعية والمادية اللائقة بهم، وأن نقوّم أى خروج على ذلك، سواء من ناحية الدعاة ووسائل الإعلام أو من جانب البعض ممن يتخذون الدين ستارا لتحقيق مآربهم، ولو على حساب القائمين على شئون الدعوة أو الدعوة نفسها.

الفصل الثالث

إتجاهات الداعية

يعنى الإتجاه أصلا وضعا معينا يتخذه الجسم للقيام بفعل معين. أى استعداد فيزيقى يتمثل فى إتخاذ وضع معين لأداء فعل ، إلا أن معنى الإتجاه قد أخذ يتسع شيئا فشيئا لكى يغطى جميع أنواع الاستعدادات التى تتخذ للقيام بأفعال سواء كانت هذه الإتجاهات ظاهرة، أو نفسية كامنة [٤٦].

وتوجد تعريفات عديدة للإتجاه.. فيعرفة «ألبورت» بأنه ذلك الإستعداد العقلى والعصبى الذى يتكون نتيجة للخبرات المتوالية والذى يوجه إستجابات الفرد إزاء الأشياء والمواقف المختلفة [٤٧]. أما «بيرنارد» فيرى أنه الوضع الذى يتخذه الكائن نحو موضع أو موقف يرغب التوافق معه.. وحينما تتم عملية التوافق يختفى الإتجاه فيما عدا ما يتبقى منه فى الذاكرة أو فى الوضع العادى للكائن [٤٨]، ويعرفه «بوجاردس» بأنه الميل الذى ينحو بالسلوك قريبا من بعض عوامل البيئة أو بعيداً عنها ويضفى عليها معايير موجبة أو سالبة وذلك وفقا لانجذابه به إليها أو نفوره منها [٤٩] وعلى هذا فهو الأسس الكامنة فى جذور الآراء والتصرفات وهو الذى يوجهها[٥٠].

وتمثل الاتجاهات نظاما متطورا للمعتقدات والمشاعر والميول السلوكية، ينمو فى الفرد باستمرار نموه وتطوره، وتكون الاتجاهات دائما نحو شىء محدد أو موضوع بالذات، وتمثل تفاعلا وتشابكا بين تلك العناصر الثلاثة [٥١]. ولايستطيع الفرد تكوين إتجاه حيال أى شىء أو شخص إلا إذا كان هذا الشخص موجودا فى محيط إدراكه. أى أن الفرد لا يستطيع تكوين إتجاهات حيال أشياء لا يعرفها أو حيال أشخاص لم يتفاعل معهم.

وتنعكس هذه الاتجاهات على عملية الاتصال بصورة مباشرة، فالاتجاهات النفسية التى يحملها كل من القائم بالاتصال أو الداعية والفرد المستقبل للرسالة تؤثر فى

عملية الاتصال[٥٢] التى تتم بينهما عن طريق تأثيرها فى نظرة كل منهما إلى نفسه ونظرته إلى الآخر ونظرته إلى موضوع الاتصال ذاته. فإن كانت هذه النظرة مواتية أدت إلى زيادة فاعلية الاتصال بينهما والعكس أيضا.

ومن ثم تأتى أهمية دراسة الاتجاهات النفسية ووظائفها، وعوامل تكوينها وطرق قياسها وكيفية تغييرها أو تدعيمها.. وأثر هذه الاتجاهات سواء بالنسبة للمرسل وللمستقبل على عملية الاتصال. وما نعرض له فى هذا المبحث هو أثر إتجاهات الداعية أو المرسل على عملية الاتصال بصفة عامة ويهمنا هنا:

١ـ إتجاه الداعية نحو نفسه.

٢ـ إتجاه الداعية نحو الجمور.

٣ـ إتجاه الداعية نحو الموضوع.

أولا: إتجاه الداعية نحو نفسه:

يؤثر إتجاه الداعية نحو نفسه على مدى فاعليته. فإذا كان إتجاه الداعية نحو ذاته سلبيا يحتمل أن يؤثر هذا التقييم للذات على نوع الرسالة التى يصنعها من ناحية، كما أنه من ناحية أخرى يصبح أقل ثقة فى نفسه، وهذه الفكرة السيئة عن النفس ينقلها إلى الأخرين لا شعوريا وتقلل من احتمالات النجاح أمامه. أما إذا كان إتجاهه إيجابيا، وأنه يعتقد أنه محبوب، فقد يجعله هذا الاعتقاد ناجحا لثقته فى نفسه [٥٣].

وثقة الداعية فى نفسه مستمدة من قوة ثقته فى رسالته وفى نصر الله له، الأمر الذى يقيه أضرار اليأس، ويجنبه فقدان الأمل.. ولهذا نجد رسول الله ﷺ لم يثن عزمه عن الدعوة إلى الله تعالى عناد أهل الغى والضلال ومقابلتهم له بالإنكار وإيقاع الأذى به وبأصحابه المجاهدين الذين إستمدوا منه الثقة [٥٤] والأمل. فلم يتزعزع إيمانهم ولا ثقتهم بأنفسهم لحظة فى جميع أحوالهم، يوم كانوا فى مكة محاصرين يعذبهم المشركون، ويوم هاجروا فارين بدينهم إلى الحبشة، ويوم هاجروا إلى المدينة، ويوم انتصروا فى بدر وانكسروا فى أحد وحوصروا فى الخندق.. إنهم فى جميع تلك

الأحوال التى تقلبوا فيها لم يتزعزع إيمانهم لحظة ولم يتسرب إلى قلوبهم ذرة من اليأس أو الشك فى كونهم على الحق (٥٥). ومتى تدعمت ثقه الداعية بنفسه لا يضعف إيمانه مهما أنصرف الناس عنه. فقد لبث نوح عليه السلام كما أخبرنا الله عزوجل فى قومه يدعو ﴿أَلْفَ سَنَةٍ إِلاَّ خَمْسِينَ عَامًا﴾ (٥٦) ولم يؤمن مع ذلك إلا القليل.

ولأهمية عنصر الثقة بالنفس وجب تنميته لدى الدعاة، وللمسلمين درس فى هذا المجال من سيدنا رسول الله ﷺ حيث نشأه الله النشأة المثالية فيقول تعالى ﴿أَلَمْ يَجِدْكَ يَتِيمًا فَآوَىٰ﴾ (٥٧). فهذه الآية تشير إلى أهمية الإيواء الذى يصنع الثقة لأنه يكفل الحماية ويطرد الضعف إذا ما نشأ الداعية وسط ذلك. وشاب عليه.

ولعل فى ذلك بعض السر فى الإيواء الذى أحيط به سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام، حيث نشأه الله يتيما، ومن المعلوم أن ضرر اليتم كبير على نفسية الطفل، لأنه يشعره بالضعف والعزلة ويفقده المدافع والمحامى، ويحرمه من الأنيس، ويبعده عن السلوك السليم والتربية الصحيحة.. ولهذا نجى الله رسوله من هذه الأضرار فكفله جده عبدالمطلب ثم عمه أبو طالب وكلاهما أحبه أكثر من بنيه وأحاطه بالعناية والرعاية (٥٨).

وتثمر هذه التربية فى إحاطه الداعية بالثقة أنه عندما يدعو بعد ذلك يدعو فى قوة مدعمه باليقين، والداعية الواثق بنفسه ينظر إلى سائر الناس من حوله فإذا هو قائدهم ورائدهم وأقربهم إلى الله.

وتحديد إتجاه الداعية نحو نفسه لا يبدأ هكذا فجأة، وإنما يبدأ منذ نشأته الأولى.. وإذا كنا نجد كثيرا من دعاة اليوم مصابين بالخوف وعدم الثقة بما وقر فى نفوسهم فلأن نشأتهم الأولى جعلتهم يستهينون بهذا العمل. كما أنها لن تعدهم لمجابهة المستهترين بالحق والساخرين من الدعوة.. ولو فاتنا تكوين الثقة عند الداعية فى فترة نشأته الأولى فلا يصح أبدا إهمالها بعد ذلك.

وإدراك الإنسان لحقيقة دوره تجعله يسلك سلوكا معينا يتفق مع هذا التوقع..

فالإنسان حيث يضع نفسه فالمدير يمارس دورا يختلف عن دور العامل والبائع دوره[٥٩] يختلف عن دور المشترى، والأب يقوم بدور مغاير لدور الأبن وهكذا.. فالإنسان حين يواجه المواقف الإجتماعية والتنظيمية إنما يدركها بطريقة تتناسب وطبيعة الدور الذى يمارسه وكذلك الداعية، فله دوره الذى يتطلب سلوكيات معينة.

ومن هنا كان حرص النظرية الإعلامية الإسلامية على توجيه نظر الإنسان إلى أهميته فى هذا الكون، وإلى الحكمة من وجوده.. فهو كبير قلبه فكيف يدع قلبه [٦٠] نهبا للغش والظلم والهوى، وهو كبير بعقله فكيف يدع عقله فريسه للجهل والخرافة، فالنظرية الإعلامية تعتمد فى حماية الإنسان على إيقاظ عقله وقلبه وتبصيره بمكانته وفضله.

لهذا كان التغيير فى مراكز الأشخاص وأدوارهم الإجتماعية من العوامل التى تهز ثقتهم فى أنفسهم، وتساعد على التغيير، حيث أنهم بحكم مراكزهم يستطيعون التأثير على مجريات الأحداث فى المجتمع [٦١].

وهناك إرتباط وثيق بين ثقة الداعية فى نفسه، وثقة الجمهور فيه، حيث أن صورته السيئة عن نفسه ستنتقل لا شعوريا منه إلى الجمهور، وتقلل بالتالى من مدى تقبلهم لدعوته، والعكس. إذا كانت هذه الثقة قائمة.. وهذا نفس ما فعلته أجهزه الإعلام بالدعوة فقد نجحت فى التسلل إلى داخل نفوس الدعاة لدرجة جعلت من العمل فى الدعوة حلما بغيضا لكثير من الشباب وبالتالى فحين يعملون فى محيطها لا يكون لهم تأثير يذكر.

ومن هنا تأتى أهمية العمل على جعل إتجاه الداعية نحو نفسه إيجابيا، حتى ينعكس ذلك على نوع الرسالة التى يصنعها، وعلى الجمهور الذى يتوجه إليه، وتزيد بالتالى درجة فاعليته ونجاحه.

ثانيا: إتجاه الداعية نحو الموضوع:

إتجاه الداعية نحو الموضوع من العوامل التى تحدد فاعليته وعلى سبيل المثال فنحن حينما نقرأ مقالا أو كتابا أو حينما نستمع إلى مدرس أو محاضر يتكون لدينا إنطباع

عن اتجاه الكاتب أو المتحدث نحو الموضوع، وهذا الإنطباع هل هو مقتنع أم غير مقتنع بالموضوع؟.. هل يتحدث عنه بإيمان وعقيدة حقيقية أم يتظاهر بالتحمس له.. وحينما لايؤمن الداعية أو الكاتب بصدق ما يقول ويقتنع به يصبح من الصعب عليه أن ينقل معلوماته بفاعلية.. ولهذا السبب ترفض كثير من الشركات تعيين مرشح معين لشغل وظيفة بائع مالم تتأكد من أن ذلك الفرد يؤمن بالسلعة التى سيقوم ببيعها وأن إتجاهه نحوها إيجابى (٦٢).

وإذا كان هذا الإيمان بالسلعة ضروريا للبائع لترويج بضاعته، فإنه أكثر ضرورة وأهمية بالنسبة للداعية، فلابد للداعية أن يكون مؤمنا بفكرته التى يدعو إليها ممتلئ النفس والعقل بها. عارفا بحدودها وصحتها وصلاحيتها حريصا على أن يشغل الآخرين (٦٣) بها، وذلك حتى يصل إلى درجة الإقناع والتأثير.. ولهذا أيضا فإننا كثيرا ما نستمع لخطباء أو دعاة دون أن نتأثر بهم، أو يكون لكلامهم وزن بينما نتأثر بالبعض الآخر ممن أمن بدعوته إيمانا عميقا، وأصبحت دعوته حية فى كيانه، تملأ ضميره وتجعل سعادته فى العمل بها والحركة من أجلها وتشغله عن كل شيء عداها(٦٤).

فلابد من الإقتناع قبل الإقناع، ولابد من الإخلاص قبل العمل، ولذلك نجد موسى على السلام عندما كلفه الله بدعوة قومه سأل الله أن يشرح صدره لآداء الرسالة حتى تصبح عنده هوايه أو متعة تهون معها الشدائد قال تعالى ﴿قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي﴾ (٦٥).

ونجد رسولنا ﷺ وقد بلغ به إيمانه بدعوته أن أصبحت حالته كما يحكيها القرآن ﴿قُلْ إِنَّ صَلاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ (١٦٢) لا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَٰلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ﴾ (٦٦) ونجده يحرص على أن يؤكد أهمية الإيمان والاقتناع بالدعوة ويختار لذلك من قصص السابقين ما يؤكد هذا المعنى ويقدمه فى أسلوب شيق جذاب. روى الإمام مسلم فى صحيحه أن رسول الله ﷺ قال: «كان ملك فيمن كان قبلكم، وكان له ساحر، فلما كبر قال للملك: قد كبرت فابعث إلى غلاما أعلمه

السحـر، فبعث إليه غـلاما يعلمه، وكـان فى طريقه الـذى سلك راهب.. فقعـد إليه، وسمع كلامـه فأعجبه فكان إذا أتـى الساحر مر بالـراهب وقعد إليه فإذا أتـى الساحر ضربه، فشكا ذلك الراهب فقال: إذا خشيت الـساحر فقل حبسنى أهلى، وإذا خشيت أهلك فـقل حبسنـى الساحر. فبـينما هذا الـغلام كذلك إذ أتى عـلى دابه عظيـمه قد حبـست الناس فـأخذ حجراً فـقال : اللهـم إن كان أمر الراهـب أحب إليك مـن أمر الساحـر فاقتل هـذه الدابة حتـى يمضى النـاس فرماها فـقتلهـا، ومضى النـاس، فأتى الراهـب فأخبره. فـقال له أى بنـى أنت اليوم أفـضل منى، قـد بلغ من أمـرك ما أرى، وإنك سـتبتلـى، فإن أبتلـيت فلا تدل عـلى. وكان الغـلام يبرىء الأكمـه، والأبرص، ويداوى الناس من سائر الأدواء، فسمع جليس للملك كان قد عمى فآتاه بهدايا كثيرة فقال: ما هـهـنا لك أجمع إن أنت شفيتـنيى، فقال لا أشفى أحدا إنما يـشفى الله. ثم قال الغلام الذى لايـبتغى لنفـسه مالا.. فإن أنت آمنـت بالله دعوت الله فشفاك، فـأمن بالله. فشـفاه الله فأتـى الملك فـجلس إلـيه كمـا كان يجـلس، فقـال له الملـك من رد علـيك بصرك؟ قال: ربى قـال: ولك رب غيرى قال: ربى وربك الله، فأخذه فلـم يزل يعذبه حتى دل على الغـلام فجىء بالغلام فقال له المـلك: أى بنى قد بلغ سحـرك ما تبرىء الأكمه والأبرص وتـفعل وتفعل..؟ قال: إنـى لا أشفى أحدا؟ إنما يشـفى الله. فأخذه فلم يزل يعذبه حتى دل على الراهب، فجـىء بالراهب، فقيل له إرجع عن دينك فأبى فدعا بالمنشار، فوضـع المنشار فى مفرق رأسه فشقه حتى وقع شـقاه ـ وهذا ثبات على العقـيدة وإحتمـال لأشد أنواع الأذى فى سبـيلها ـ ثـم جىء بجليـس الملك فقـيل له: إرجع عن دينك فـأبى فوضع المنشار فى مـفرق رأسه فشقه حتى وقـع شقاه، ثم جىء بالغلام فقيل له إرجـع عن دينك فأبى فدفعه إلى نفر من أصحـابه فقال: إذهبوا به إلى جبـل كذا وكـذا، فاصـعدوا بـه الجبـل، فإذا بـلغـتم ذروتـه فإن رجـع عن ديـنه وإلا فاطرحوه فـذهبوا به فصعدوا الجـبل فقال: اللهم أكفـنيهم بماشئت، فرج بـهـم الجبل فسقطوا، وجاء يمشى إلى الملك. فقال له الملك: ما فعل أصحابك؟ قال: كفانيهـم الله. فدفعه إلـى نفر من أصحابه فقـال: إذهبوا به، فاحملـوه فى قرقور «سفينة» فـتوسطوا البـحر، فإن رجع عـن دينه وإلا فـاقذفوه فذهـبوا به فـقال: اللهـم إكفنـيهم بماشـئت

فانكفأت بهم السفينة فغرقوا. وجاء يمشى إلى الملك. فقال له: ما فعل أصحابك، فقال كفانيهم الله إنك لست بقاتلى حتى تجمع الناس فى صعيد واحد، وتصلبنى على جذع، ثم خذ سهما من كنانتى، ثم ضع السهم فى كبد القوس، ثم قل بسم الله رب الغلام، فإنك إن فعلت ذلك قتلتنى.. فجمع الناس فى صعيد واحد وصلبه على جذع ثم أخذ سهما من كنانته ثم وضع السهم فى كبد القوس ثم قال: باسم الله رب الغلام، ثم رماه فوقع السهم فى صدغه، فوضع يده على صدغه فى موضع السهم فمات. فقال الناس: آمنا برب الغلام. فأتى الملك فقيل له، أرأيت ماكنت تحذر ـ قد والله نزل بك حذرك قد آمن الناس فأمر بالأخدود فى أفواه السكك فحفرت، وأضرم النيران وقال ـ من لم يرجع عن دينه فاحموه فيها. وقيل له إقتحم ففعلوا حتى جاءت إمرأة ومعها صبى فتقاعست فقال لها الغلام يا أماه أصبرى فإنك على الحق [٦٧].

وهكذا ركزت النظرية الإعلامية الإسلامية على أهمية الإيمان للداعى، وربت أتباعها على الإيمان العميق الثابت الذى لا يتزعزع مهما صادفته محنة أو شدة ومهما كانت حاله من ضعف وقلة حتى لو بقى هو وحده المؤمن بها، وهو أيضا الإيمان الذى جعل بلالا رضى الله عنه يتحمل ما تحمل، وصهيبا يستعذب حرارة النار، وسمية تستخف بالقتل، وجعل الدعاة المخلصين يعملون حتى هذه اللحظة دون أن يهدأ لهم بال من إعلاء راية الحق، ورفع الظلم فى كل مكان.

ثالثا: اتجاه الداعية نحو الجمهور:

يؤثر هذا النوع من الاتجاهات على قدرة الداعية على الاتصال وهو يعنى إحساس الجمهور بحب الداعية لهم.. فحينما يدرك الجمهور أن الداعية أو القائم بالاتصال يحبهم فعلا يصبحون أقل إنتقاداً لرسائله، ويزداد إحتمال قبولهم لما سيقوله. وقد يعبرون عن ذلك أحيانا بالقول بأن هذا الداعية موفق أو أن هناك شيئا ما فى المتحدث يجعل المستمع يحبه.. فاتجاه المصدر نحو متلقى الرسالة من العوامل التى تحدد مدى فشل أو نجاح الاتصال [٦٨].. ومن الممكن للداعية أن يجعل الناس يحبونه فعلا وذلك إذا أظهر فى تعامله مع الجمهور مزيدا من الاهتمام بهم.

وقد أكدت النظرية الإعلامية الإسلامية هذا المعنى فى أكثر من موقع، فهى توجب على الدعاة عدم استصغار أى أنسان أو الاستهانة به، لأن من حق كل إنسان أن يدعى فقد يكون هذا الذى لايقيم له الداعى وزنـا سيكون له عند الله وزن كبير. وهكذا كان رسول الله ﷺ يدعو كل انسان يلقاه أو يذهب إليه ـ ولـم يستصغر مثلا شأن الستة نفر من الخزرج الـذين قابلـهم عند العـقبة من مـنى وهم يحلـقون رؤوسهم بـعد أن ظل يعرض نفسـه على قبائـل العرب التى تأتـى مكة فى موسم الحـج ثلاث سنوات دون جدوى ـ وعندما دعـاهم إلى الإسلام وقرأ عليهـم القرآن استجابوا وآمنـوا ثم رجعوا إلى قومهم بالمدينة ودعوهم إلى الإسلام فأسلموا حتى لم يبق دار من دور الأنصار إلا وفيها ذكر رسول الله ﷺ (٦٩).

ومما يؤكد هـذا الحب ويدعمه معـايشة الناس. فالداعـية يجب أن يكون فـى حياته جنبا إلى جنـب مع الذين يخلصون في إيمـانهم بدعوة الحق لا يفارقهم ويـبعد عنهم قال تعالى ﴿وَاصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُم بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ وَلا تَعْدُ عَيْنَاكَ عَنْهُمْ تُرِيدُ زِينَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا﴾(٧٠) وهذه المعايشة والمشاركـة تخلق جوا من الود والحب بين الداعية والجمهور. وفى إطار هذه المعـاملة يجب على الداعى وهو يعامل الناس أن يـشاركهم حيـاتهم لا يفرق بـينهم بـسـبب جنس أو لون أو مـال أو جاه قال تعالى ﴿إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ﴾(٧١).

وهذا الحب هو الـذى سيجعل الداعية يـحرص حرصا كاملا على مـن يدعوهم، ويفنى عمره كله فى سـبيلهم، فهذا صاحب سورة ياسين يدعو قومه فـيقتلونه فيدخل الجنة. وبالرغم من ذلك فإنه لـم ينس قومه الذين قتلوه ولايخفى أمله فى إيمانهـم حتى وهو الجنة، ﴿قِيلَ ادْخُلِ الْجَنَّةَ قَالَ يَا لَيْتَ قَوْمِي يَعْلَمُونَ ﴿٢٦﴾ بِمَا غَفَرَ لِي رَبِّي وَجَعَلَنِي مِنَ الْمُكْرَمِينَ﴾(٧٢).

كما أن عـلى الداعية ألا يجـلس فى بيته ويـنتظر الناس بـل أن يذهب إليهم أيـنما وجدوا وكانوا، فى القهاوى والنوادى ودور السينما والأتوبيسات وعلى قارعة الطرق وفى هذا يقول الإمام الغـزالى «يتكفل كل عالم بإقليم أو بلـده أو محلة أو مسجد أو

مشهد لـيعلم أهله دينهـم وتمييز ما يضرهم عـما ينفعهم ومـا يشقيهم عما يـسعدهم، ولاينبغى أن يصبر إلـى أن يسأل عنه بل ينبغى أن يتصدى إلى دعـوة الناس إلى نفسه، فإنهـم ورثة الأنبياء.. والأنبـياء ما تركوا النـاس على جهلهـم، بل كانوا ينادونـهم فى مـجامـعهـم ويدورون عـلى أبـواب دورهم فـى الإبتـداء، ويطـلبـون واحداً واحـد فيرشدونهم(٧٣) وهذا الحـب من الداعـية لـلناس يجعلـهم يشـعرون بـه ويحبـونه، ويحرصون على تأكيد هذا الحب بالاستجابه وتقبل رسالته والتعلق بها.

الفصل الرابع

مستوى معرفة الداعية وثقافته العامة

يرجع السر فى إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالداعية إلى أنه القوة المحركة لعملية الدعوة وحركة سيرها. ولذلك فلم تترك جانباً يمكن أن يؤثر على عملية إتصاله إلا وتناولتها بالتحليل والدراسه.

ومن الجوانب الهامة الخاصة بالداعية والتى تؤثر على مدى كفاءته مستوى معرفته وثقافته العامة. وذلك لأن التعليم هو عصب الدعوة والمعلم أو الداعية هو العمود الفقرى فى العملية التعليمية فهو الذى ينفخ فيها الروح ويجرى فى عروقها الدم. ولهذا كان وحده الإدارة والتوجيه والمنهج والكتاب والمعلم وعليه يقع عبء هذا كله، ولهذا أيضاً كان الاهتمام بإعداده لممارسة الدعوة.

وقد حددت النظرية الإعلامية الإسلامية جوانب هذا الإعداد فى النقاط الآتية:

١ـ مستوى معرفة الداعية عن نفسه.

٢ـ مستوى معرفة الداعية عن الموضوع الذى يقدمه.

٣ـ مستوى معرفة الداعية عن الجمهور.

٤ـ مستوى معرفة الداعية عن الظروف المحيطة.

٥ـ مستوى معرفة الداعية عن الظرف الاتصالى المناسب.

٦ـ الإطار العام لثقافة الداعية:

أ ـ ثقافة إسلامية.

ب ـ ثقافة تاريخية.

جـ ـ ثقافة أدبية ولغوية.

د ـ ثقافة إنسانية.

هـ ـ ثقافة علمية.

و ـ ثقافة واقعية.

ل ـ ثقافة إعلامية.

ح ـ ثقافة عملية ميدانية.

وقد ترتب على ذلك أن كان إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالعلم شديداً ولهذا أيضاً كانت أول آية نزلت على رسول الله ﷺ، والتى تمثل المبدأ الأول لهذه النظرية تدعو إلى العلم قال تعالى ﴿اقْرأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِى خَلَقَ﴾ فالسعى إلى العلم وطلبه يجب أن يكون خالصا لله وموجها لصالح الدعوة والرسالة.

وقد ـ أشرنا فى الباب الأول ـ عند الحديث عن مستويات الدعوة إلى أن الدعوة واجبة على الجميع، كل بقدر علمه وجهده وطاقته، ولذلك فلم تشترط النظرية شرط للتخصص. أى أن الداعية يجب أن يكون متفرغاً ومتخصصاً فى شئون الدعوة، وإن كانت لم تمانع من ذلك، حتى تفتح الباب على مصراعيه لأصحاب النوايا الطيبة والرغبات الصادقة. وترتب على ذلك أن أصبح هناك التاجر الداعية، والطبيب الداعية، والمهندس الداعية. فالمسلم العادى فى أى موقع كان داعية إلى الله بقوله وعمله وسلوكه. وذلك بخلاف أولئك المتفرغين لشئون الدعوة الإسلامية.

وبحكم شمولية الدعوة فإن كل فرد من هؤلاء عليه أن يزود نفسه بقدر الثقافة الذى يساعده على ذلك. بخلاف النظريات الحديثة التى أخذت بمبدأ التخصص، فهناك المذيع فقط والصحفى فقط ورجل العلاقات العامة فقط، بل داخل كل وظيفة توجد مستويات أخرى للتخصص الدقيق. والقائم بالاتصال فى إطار هذه النظريات يتعامل مع زاوية ضيقة جدا من الثقافة، ويحاول من خلالها أن ينفذ إلى عقل القارىء أو المشاهد أو المستمع دون أن يضع فى إعتباره النظرة الشمولية للإنسان الذى يتعامل معه، وأنه كيان متكامل ما قد يراه محرر الرياضة أنه لصالحه قد يراه محرر صفحة الدين مثلا رأيا مخالفا تماما.

وهذه الشمولية فى الثقافة هى ما أوجبته النظرية الإعلامية الإسلامية للقائمين بشئون الإعلام الإسلامى أو الدعوة الإسلامية. قال رسول الله ﷺ «تعلموا العلم فإن فى تعلمه لله خشية وطلبه عبادة ومذاكرته تسبيح والبحث عنه جهاد وتعليمه لمن لا يعلم صدقه وبذله لأهله قربه، لأنه معالم الحلال والحرام ومنار سبيل أهل الجنة، وهو الأنس فى الوحشة، والصاحب فى الغربة، والمحدث فى الخلوة، والدليل على السراء والضراء، والسلاح على الأعداء، والزين عند الأخلاء، يرفع الله به أقواما فيجعلهم فى الخير قادة وأئمة تقتص آثارهم، ويقتدى بأفعالهم، وينتهى إلى رأيهم».

وبمداومة الداعية على طرق باب العلم يتسع أفقه ويكسب من المعارف ما يجعله على مستوى المسئولية التى عاهد الله على القيام بها مع الناس.

وسنعرض فيما يلى لبيان العوامل السابق الإشارة إليها بالتفصيل:

أولا.مستوى معرفة الداعية عن نفسه:

هناك حكمة شائعة تقول خيركم من عرف قدر نفسه فمعرفة النفس نصف الطريق إلى النجاح. وأكثر الناس إحتياجا إلى معرفة أنفسهم هم الدعاة، فعلى أساس هذه المعرفة تتحدد أهداف الداعية والرسائل التى يقدمها إلى الجمهور وطريقة تعامله معهم.

فالداعية يعرف تماما أنه مثل أى فرد يعتبر عالما مستقلا بذاته ملىء بالمشاعر والإنفعالات والأحاسيس والغرائز والمدركات الواعية وغير الواعية العاقلة وغير العاقلة. وأنه يتمسك فى حياته بمبدأ التطلع كدافع دائم للتطور والرقى.. وأن الخبرات المكتسبة التى كونت شخصيته وأعطته إطارا دلاليا محددا ساعدت على تشكيل اتجاهاته نحو كثير من القضايا والمشاكل التى تواجهه، وأنه لا يستطيع أن يتحقق من صحة كل الآراء المعروضة عليه عن مئات الأشياء فى الحياة ولهذا فهو يعيش بعقيدته، وأن لديه مركزا للتمييز العقلى ينتقى المعلومات ويصنفها ويحدد له موقفه تجاهها.

وإدراك الداعية لكل هذه العوامل يؤثر على المضمون الذى يقدمه ويجعله أكثر تماسكا وقدرة على تكييف هذا المضمون وفقا لأهدافه المحدده فعلا.

وعندما تتوافر هذه المعرفة للداعية فإنه يصبح أكثر حيوية وحرارة فى دعوته أو أكثر ديناميكية كما يقول الباحثان (٧٤) «برلون» و«ميرتز». ويشيران بذلك إلى أن المتحدث الذى يبدو فى الظرف الاتصالى حيويا ونشيطا يعتبر على درجة عالية من التصديق بخلاف الذى قد يبدو متعبا فإدراك المستقبل أو الجمهور لتلك الخاصية وهو يتفاعل مع الداعية من العوامل المؤثرة على نجاح الإتصال.

وقد أوضحت النظرية الإعلامية الإسلامية السبيل أمام الدعاة لمعرفة أنفسهم قال تعالى ﴿وَفِي أَنفُسِكُمْ أَفَلا تُبْصِرُونَ﴾ (٧٥) كما دعتهم إلى تأمل مظاهر قدرة الله وآثار وحدانيته فى هذا الكون الفسيح.. وذلك حتى يتعرف الداعية على نفسه وإتجاهاته وميوله وعواطفه ومشاعره وإمكانياته، وبالتالى حتى يتحرك نحو هدفه بقدر حاله وقدرته... لأن القدرة فى النظرية الإعلامية الإسلامية هى مناط الوجوب والتكليف.. ومن لا قدرة له لا وجوب عليه. ولهذا شددت النظرية الإعلامية على الذين يعلمون ولا يتحركون... قال تعالى ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللاعِنُونَ ﴿١٥٩﴾ إِلاَّ الَّذِينَ تَابُوا وَأَصْلَحُوا وَبَيَّنُوا فَأُولَٰئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَأَنَا التَّوَّابُ الرَّحِيمُ﴾ (٧٦).

ثانيا: مستوى معرفة الداعية عن الموضوع:

من الواضح أن قدر المعرفة الذى لدى الداعية عن الموضوع يؤثر على مدى فاعليته، فهو لن ينقل موضوعا لا يعرفه، ولا يستطيع أن ينقل بفاعلية موضوعا لا يفهمه، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإذا كان الداعية يعرف الكثير جدا أو كان متخصصا أكثر من اللازم فقد لا ينجح فى نقل المعانى المطلوبة لعدم قدرته على التبسيط أو على تقديم المعلومات فى شكل يسهل على الجماهير فهمها واستيعابها.

وليس يكفى الداعية الإحاطة بالموضوع الذى يتناوله، بل يجب أن يكون فاهما لحدود دعوته (٧٧) عارفاً بأصولها وفروعها، وبهذا الفهم للدعوة يتمكن من تحديد الهدف الذى يدعو إليه، ويتجه نحو غاية معروفة محددة.

وتحديد أهمية العلم بالموضوع والإحاطة به لـلداعية أشارت إليه النظرية الإعلامية الإسلامية فى قوله تعالى ﴿فَاعْلَمْ أَنَّهُ لا إِلَهَ إِلاَّ اللَّهُ وَاسْتَغْفِرْ لِذَنْبِكَ﴾ (٧٩) فقدمت العلم على الـعمل، أى على ممارسـة الدعوة. لأن الداعية يـجب أن يكون على بـصيرة ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي﴾(٨٠) وهذا العلم بالـدعوة لا يعنى مجرد الفـهم العقلى فقط، وإنمـا أيضا كما يقول الـدكتور «البهى الخولى»: الـتصديق القلبـى، أو ما يسميه الفهـم العاطفى. وهذا التـصديق فى رأيه شعور يحـل فى كيان المرء وإحساس يستولى على وجدانه، فيدرك به من حقائق الرسالة مالا يستطيع العقل أن يدركه.

وقد يترتب على الفهم العقلى والعاطفـى للدعوة نوع من التعصب لها والتعصب هو التحيز، أو التحمس للفكرة، أو العقيدة، والدفاع عنها.

وقد علم الغربيون ما للتعصب من قوة ومنعة لكل فكرة أو دعوة، فبدأوا يحاربونه فى الإسلام، ويـعدونه من رواسب الهـمجية. وإذا رأوا أحدا يـتمسك بدينـه ويؤمن بربه إيمانا حيـا قالوا عنه أنه متعصب واتهموه بالـرجعية والتأخر (٨١) لكن التعصب فى الحـق أمر مطلـوب ولو بطـل لبطلـت الشرائـع. وفى هذا يـقول ابن خالـدون فى مقـدمتـه «إن الشرائـع والديانـات وكل أمـر يحمـل علـيه الجمـهور، فلابـد فيـه من التعصـب. إذ المطالبة لاتتم إلا بهـا فالعصبية ضـرورية للملة، وبوجودهـا يتم أمر الله. وإذا ذم الشارع العصـبية فإنما مراده حيث تكـون على الباطل وأحواله كـما كانت فى الجاهلية. وهـو بهذا يشير إلى حديـث رسول الله ﷺ «ليس منا من دعا إلـى عصبية أو قاتل على عصبية أو مات على عصبية».

ثالثا: مستوى معرفة الداعية عن الجمهور:

معرفة الـداعية لجمهوره مـن أهم العوامل التـى تساعد على نجـاح دعوته، وبدون هذه المعرفـة لن يتيسر له أن يـدخل دعوته فى صميـم حياة الناس، ولا أن يسكـبها فى قلوبهـم وأعصابهم، ويجـعلها مسألة حـيوية جادة يتحدث بـها الناس فى مجـالسهم ومنـازلهم ومع أصـدقائهـم وأهليهـم. وذلك كمـا حدث مع الـدعوة الإسلاميـة فى

بدايتها، لقد آمنت القلة من أهل مكة وكفرت الكثرة العظمى، ولكن الدعوة كانت على المسألة الحاضرة فى المجتمع المكى كله تشغل أذهان المؤمنين، وغير المؤمنين على السواء.. وكان الداعية الأكبر صلوات الله وسلامه عليه لايكف عن الدعوة ساعة من نهار.

وتحقيق مثل هذا الأمر يعنى أن الداعية يدعو إلى الله على بصيرة، والدعوة على بصيره تعنى فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية الجوانب الآنية:

١ـ الدعوة على بصيرة بما يدعو إليه أى الإحاطة التامة بالموضوع.

٢ـ الدعوة على بصيرة من نفسة.

٣ـ الدعوة على بصيرة بطرق الإقناع وأساليب الفن الإعلامى.

٤ـ الدعوة على بصيرة بأحوال من يدعوه.

وحتى تكون الدعوة على بصيرة بأحوال من يدعوه بحب عليه أن يتعرف على ما يدور داخل هذا المجتمع. أى لابد له من دراسة المجتمع الذى يدعوه. وهذه الداراسة تهدف إلى جمع بيانات على قدر عال نسبيا من الصحة عن المجتمع بحيث تكون هذه البيانات بمثابة مرآة صادقة لظروف المجتمع الاقتصادية والإجتماعية والسياسية وموارده المختلفة البشرية والمادية.

كذلك يجمع معلومات عن الموارد الطبيعية للمجتمع، كما يجمع البيانات عن السكان من حيث عددهم، ودرجة كثافتهم، وعاداتهم وتقاليدهم والمؤسسات الإجتماعية وبنائها التنظيمى، ومدى قدرتها على القيام بوظائفها. وأيضا دراسة الأنماط المختلفه للعلاقات الإجتماعية السائدة بالمجتمع، وكذلك القيم والمعايير السلوكية الموجودة، بالإضافة إلى الإحاطة بظواهر التغير[٨٢] الإجتماعى الذى يسود المجتمع الذى يتعامل معه، ومدى استجابته لنتائج هذا التغيير، كما يهتم بالكشف عن مراكز القوة وبخاصة قادة الرأى والنفوذ فى المجتمع.

بالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بدراسة طبيعة البلاد ومعرفة موقعها والبلاد

المحيطة والمؤثرات الخارجية والداخلية التى تساعد على نشر الدعوة تقف عقبة فى طريقه بالإضافة إلى أحوال السكان الدينية والثقافية [٨٣].

وعلى الداعية أيضا أن يتعرف على طبائع الناس واهتماماتهم وميولهم والجماعات الأوليه والثانوية التى ينتمون إليها والطريقة المثلى لتحقيق اتصال مع هؤلاء الناس[٨٤] فلكل جمهور مصالحه الخاصة التى تختلف عن مصالح الجمهور الآخر والداعية يدرس كل هذه المصالح المتضاربة والإتجاهات المختلفة ومايعتريها من تغيير وتبديل[٨٥] بالإضافة إلى دراسة نفسيه الجمهور، وطريقة تربيته ودرجة ثقافته والعوامل التى تؤثر على كيفية إستجابته للرسالة الإعلامية [٨٦].

وبهذا يتعامل الداعية مع جمهوره وهو على أرض صلبة من الحقائق التى تقربه منهم، والتى تجعله وهو يحدد أهدافه لا يتوقف عند رغباته وآماله، وإنما عند رغبات الجمهور وتطلعاته وأحلامه، وتصبح أهدافه تلبية لاهتمامات أغلب الناس الذين يعمل من أجلهم من مختلفى المذاهب والأجناس والمستويات [٨٧].

وهذا الشغف بالناس وبمشكلاتهم الخاصة هو سر نجاح جميع الدعاة بدون استثناء، حيث أنه يهىء النفوس ويفتح القلوب لتلقى الدعوة ويجعل الجمهور يشعر بشىء من الحب والتقدير، فالداعية بعد أن يدرس جمهوره، ويتفهم كل ما يتعلق بهم من عوامل يمكن أن تؤثر على دعوته، لا يجلس فى قمقم بل عليه أولا أن يشعر الجمهور[٨٨]. بهذا الحب وهذا الاهتمام والتقدير والحرص على كل ما فيه صالحهم وخيرهم، وشعاره من أجل إقناع الناس يجب أن نضع أنفسنا فى خدمتهم وأن نمد لهم يداً مخلصة نافعة مجردة عن الأنانية والمصلحة الذاتية [٨٩].

وللدعاة فى هذا المجال قدوة فى رسول الله ﷺ، فقد كانت عنايته بمصالح أمته أكبر وأعظم من أى قائد أو زعيم. فمثلا كان أول ما فعله بعد الهجرة إلى المدينة هو تأليفه بين المهاجرين والأنصار حيث آخى بين كل اثنين من المهاجرين والأنصار. كما وضع العهود والمواثيق التى تنظم علاقات المسلمين مع غيرهم من القوى الأخرى داخل المدينة وخارجها [٩٠].

وبالاضافة إلى إشعار الجمهور بهذا الاهتمام، فإن عليه معايشتهم وتقديرهم وتحسين الصلة بهم ولا يكون الداعية كذلك إلا بمخالطة الناس ومعايشتهم ومشاركتهم، حتى لا يعزل نفسه ويعيش فى وادٍ والناس فى وادٍ آخر.

وعلماء النفس يسمون المعايشة هذه بالمشاركة الوجدانية، يعرفونها بأنها رباط حريرى يميل القلب ويربط العقل بالعقل وبالجسم وبالروح (٩١). أما الدكتور القوصى فيعرفها بأنها الحالات الانفعالية التى تجرى فى كائن حى آخر من نفس النوع عند إدراكه المظاهر الخارجية لهذه الحالات الانفعالية (٩٢).

وتنبع أهمية هذه المشاركة من أنها تخلق جوا من الود والحب بين الداعية وبين الناس. ويستطيع عن طريق هذه المشاركة أن يغرس فيهم الخلال والصفات الحميدة التى يريدها (٩٣).

وقد حثت النظرية الإعلامية الإسلامية على هذه المشاركة وجدانيا وحسيا وعقليا حينما خاطبت الناس بصيغة الجمع.. فيقول تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا﴾ (٩٤) ﴿وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ﴾(٩٥).

أسس المشاركة الوجدانية:

وهناك عوامل عديدة يساعد توافرها من وجهة نظر النظرية الإعلامية الإسلامية على تحقيق عنصر المشاركة الوجدانية بين الداعية وجمهوره وهذه العوامل هى:

١ ـ تقدير جميع أفراد الجمهور وعدم التفرقة بينهم على أساس لون أو طبيعة أو عنصر.. وإنما التفاوت يكون بشىء خارج عن ذات الفرد أو عنصره كإيمان أو عمل أو ذكاء، وهو تفاوت لا يمس الإنسانية فى شىء وقد أوضح الله تعالى هذه الحقيقة بقوله ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ﴾(٩٦).

٢ ـ أن يكون الداعية فى حياته جنبا إلى جنب مع الذين يخلصون فى إيمانهم

بدعوته بحق، لايفارقهم ولايبعده عنهم رغبة من رغبات الحياة. قال تعالى ﴿ وَاصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُم بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ﴾ (٩٧).

٣- إن الداعية فى مشاركته للناس ملتزم كذلك بحسن الصلة مع الجميع تنفيذاً لقوله تعالى: ﴿وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُم﴾ (٩٨).

٤- إن الداعية لا يجلس وينتظر الجمهور، وإنما عليه أن يذهب إليهم ويعرض نفسه عليهم، كما كان يفعل رسول الله عليه السلام، فقد كان يأتى مجالس قريش ويدعوهم، ويخرج إلى القبائل فى منازلها فى موسم قدومها مكة ويدعوهم (٩٩).

٥ - إن المشاركة الوجدانية يجب أو تقوم على أساس إشباع إحتياجات الناس وضروراتهم الملحة، مثل تعليم الأمية وعلاج المرضى وإطعام الجياع وإشاعة الحب والرحمة بين الناس، وبذلك تصبح المشاركة الإجتماعية وسيلة لترقية المجتمع وتحقيق الأمن، حتى يتمكن من استيعاب دعوة الحق والسلام (١٠٠).

٦- يجب أن تقوم المشاركة الوجدانية على أساس حسن الثقة بالناس جميعا فهم فى حسن الإستعداد سواء. ولذلك يجب أن يكون الداعية كله رجاء ويقين فى أن يجد الجميع أعوانا له على الخير الذى يدعو إليه، فإذا أعرض عنه إنسان أو ردوه بسوء فإنه لايتوقع الشر من الآخرين أبدا.. إذ هو يدرك أنهم ينطوون على فطرة الحق، والحق مبعث الأمل والرجاء، ولهذا فهو يستقبل الآخرين برجاء جديد، ويقين جديد، كأن له فى كل فطرة، وفى كل وجه ناصرا ومعينا (١٠١).

وكما يجب أن يسعى الداعية بنفسه إلى الناس فى مواقعهم، فإن عليه أيضا أن يرسل مؤيديه ومعاونيه إلى المدن والقرى لنشر الدعوة، أسوة بما فعل رسول الله ﷺ فقد كان يرسل أصحابه إلى البلدان ليعلموا الناس منهاج الله قرآنا وسنة، لا يمنعه من ذلك مانع لأهمية هذا العمل وخطورته فى نشر الدين (١٠٢).

وهكذا يتضح لنا الأمر الكبير الذى تتركه المعرفة الكامله بالجمهور على الدعوة والقائمين عليها، من حيث تحديد الأهداف ووسائل العمل وطرق الاتصال والإقناع ومن حيث قدرتها على تجميع الأنصار وإشاعة الأمل والخير والحب بين الجمهور، ومن حيث قدرتها على إقتحام صميم الحياة وعلى أن تنفذ إلى حياه الناس العاطفية والعقلية لتحملهم على قبول الدعوة.

رابعا: مستوى معرفة الداعية عن الظروف المحيطة:

يقصد بالظروف المحيطة الواقع المحيط بالدعوة وفهم هذا الواقع فهما موضوعيا من أهم العوامل التى تقرر النجاح للداعية.. فلابد للداعية أن يتفهم هذا الواقع وأن يعرف الساحة التى يعمل فيها حتى لايكون غريبا عن الواقع الذى يريد العمل فيه أو يريد تغييره.

ويتضمن فهم هذا الواقع من وجهة نظر النظرية الإعلامية الإسلامية مجموعة عديدة من الجوانب هى:

١ـ مدى إدراك البيئة لواقعها المتخلف عن تطبيق المبادىء الإسلامية.. ومساعدة الداعية للبيئة على إدراك هذا التخلف من أهم العوامل نحو تغييرها، ولن يتيسر التغيير بدون الجهود الواعية للأهالى أنفسهم.. ولهذا يجب أن يتجه الداعية إلى إستثارة الأهالى للتفكير فى شئون مجتمعهم وتنظيم جهودهم المشتركة لمواجهة إحتياجاتهم وعلاج مشكلاتهم وإثارة وعيهم، وتحريك هذا الوعى فى إتجاه التطبيق الإسلامى الصحيح للمبادىء الإسلامية. ويعتبر هذا ترجمة لما دعا إليه المولى سبحانه وتعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ لا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ﴾(١٠٣) ومن أجل هذا ينبغى الإهتمام بالجوانب الآتية:

أ ـ تدريب المواطنين على طريقة التفكير وتنميتها فى شخصياتهم عن طريق الإسهام الفعلى فى العمل.

ب ـ إشراك المواطنين فى تحديد ما يصلح لبيئاتهم واختيار الحلول الإسلامية المثلى حيث أنهم فى اختيارهم سيراعون ما يتلائم مع طبيعة البيئة وواقعها.

جـ ـ إشراك المواطنين فى عملية الإصلاح يؤدى إلى مساندتهم لهذه الجهود والاهتمام بها (١٠٤).

٢ـ إدراك الداعية للدعوات الأخرى المحيطة به ومعرفة ماهيتها وحدودها وما فيها من سقطات وتغيرات ويشمل ذلك كل الدعوات الهدامة والمذاهب السياسية والاقتصادية حتى يستطيع إقناع الناس بباطلها وفسادها.

٣ـ إدراك الداعية لواقع التيارات الفكرية المعاصرة كاليسارية والليبرالية والتيارات الاقليمية أو القومية المحدودة (١٠٥).

٤ـ إدراك الداعية لواقع الحركات الإسلامية المعاصرة والفرق المنشقة عنها بالإضافة إلى دراسة مؤسسات الدعوة الإسلامية القائمة كالجامعات ووزارات الأوقاف والشئون الإسلامية.. إلخ.

٥ ـ إدراك الداعية لأحداث الحياة اليومية ووقائعها ويمكن له أن يعد لنفسه أرشيفا أو سجلا يدون فيه كل ما يهمه من هذه الوقائع والأخبار ويصنفها ويضعها فى مكانها لحين الحاجة إليها وتنبع أهمية الأحداث من قدرتها الهائلة على التأثير على الرأى العام بأكثر مما تملكه أى وسيلة اتصال لأنها تتكلم بصوت أكثر إرتفاعا من الكلمات، كما يمكنها تحويل المواقف السلبية تجاه المسائل الجدلية إلى مواقف إيجابية(١٠٦). ولعل هذا هو السبب فى عدم نزول القرآن جملة واحدة وإنما نزل متواترأ حسب الأحداث والوقائع والمناسبات حتى يكون أكثر تأثيرا وتلبية لإحتياجات الناس.

خامسا: مستوى معرفة الداعية عن الظرف الانصالى المناسب:

من العوامل الهامة التى تضمن للداعية النجاح فى دعوته، اختيار الظرف المناسب لتوجيه الرسالة الإعلامية.. فاختيار التوقيت المناسب أشبه ما يكون بالطلقة المناسبة فى المكان والزمان المناسب.. كما أن عدم اختيار الوقت المناسب قد يطيح بكل الجهود التى يبذلها الداعية.

وهنـاك صلة وثـيقة بيـن اختيـار الوقت والمضمون، ذلك لأن هـناك موضـوعات موسمـية ترتبط بـأوقات معينـة ومناسبات معـينة على مـدار العام، وذلك مثـل شهر رمضان والعيدين والمناسبات الدينية الأخرى. والـداعية وهو يتوجه إليها إنما يتوجه بما تملـية هذه المنـاسبات مـن موضوعـات، مع مراعاة إسـتخلاص الـعظة والـعبرة منـها وربطها بواقع الحياة الحالى، وكيف يمكـن أن تساعد على تطويره إلى ما هو أفضل؟.. بالإضافـة إلى حسن إسـتغلال الداعـية لأحداث الحياة الـيومية - كـما أشرنا سـابقا - وتقديمه لموضوعات تتمشى مع ما يشغل بال المسلمين ويجذب انتباههم.

ولا يتعارض اختيار الوقت المناسب (١٠٧) مع واجب الداعية فـى الدعوة فى كل وقت وكل حين لـكن المقصود هو اختيار الوقـت الذى تكون فيه نفوس النـاس مهيئة لاستقبال دعوته، وعلى أن يبدأ من واقع ما هم فيه، فإذا كان فى عرس علم المحتفلين، وإذا كان فى مأتم وعظ المعزين، وإن جلس فى قطار علم المسافرين.

حتى أيـضا وهو فى السجـن، وذلك مثل يوسـف عليه السـلام.. حينما أتيـحت له فرصة وهو فى السجن للهداية والتوجيه فاغتنمها ولم يضيعها.

ويدخل أيضا فى إ طار إختيار الظرف المناسب لـلجماعة المحيطة بالفرد. فالفرد لا يتأثر وهو بمعزل عـن جماعته وأسرته (١٠٨) وأقاربه وجيرانه وأصـدقائه.. بل إن هذه الجماعـات هى التى تمـارس الأثر الأكبر ومـن الأمثلة الـتى تؤكد أثـر إختيار الـوقت المناسـب وتهيئـته لتوجيـه الدعوة، ما يـحكى عن أحـد العلماء، أنـه كان يجلـس بين مريديه، وأراد أن يحثهم عـلى التأمل العميق الذى يسبحون بـه أو يغوصون فى بحار الحقيقة يستخرجون العبر، فأمر بإطفاء الأنوار فبدا المكان مظلما موحشا، ثم طلب من كل منهم أن يتخـيل نفسه ماذا كان قبل أن يخلق؟ مـاذا حصل حين أراد الله أن يجىء إلى هذه الدنـيا؟ ومن أى شىء خلقه الله؟ والأطوار الـتى تنقل فيها حـتى صار رجلا عاقلا مدبرا قويا؟ وليـتابع رحلته إلى الموت حتى يبلغ الجنـة والنار.. وهذا المثل الجيد فى إخـتيار الوقـت المناسـب وتهيئـة المكان لـتوجيه الـدعوة، وتدريـب المريدين عـلى التقمص الوجدانى وتخيل أنفسهم عبر مراحل الحياة المختلفة، من شأنه أن ينمى لدى

الدعاة العقلية الواقعية، وهى العقلية التى حرص الداعى هنا على تنميتها لدى أتباعه.

ومن الأمثلة النادرة أيضا فى تهيئة المستمعين لتلقى الرسالة الإعلامية، ما حكى عن الإمام أحمد بن حنبل (١٠٩) رضى الله عنه أنه كان يعظ الناس فقال: هاهنا حصن حصين كالفضة البيضاء، وباطنه كالذهب الإبريز، فبينما هو كذلك، إذ تصدع جداره فخرج منه حيوان سميع بصير ذو شكل حسن وصوت مليح.. وعندما أثار أشواق الناس ورغبتهم إلى التطلع كشف الغطاء فإذا بيضة مشقوقة وبجانبها فرخها الصغير الذى خرج منها إلى هذه الدنيا. فسبحان من يخرج الحى من الميت ويخرج الميت من الحى وهو على كل شىء قدير؟؟؟

سادسا: ثقافة الداعية:

أما الجوانب الثقافية العامة التى يجب أن يزود الداعية بها نفسه، فقد حددتها النظرية الإعلامية على النحو الآتى:

أ. الثقافة الإسلامية:

هى الثقافة التى محورها الإسلام مصادره وأصوله وعلومه المتعلقة به، المنبثقة عنه، وتعتبر هذه الثقافة من أهم عدة الداعية، وذلك حتى تكون مادته ثابتة الأصول وتكون دعوته وكتابته على بصيرة. وللثقافة الإسلامية مصادر وأصول هى:

أ ـ القرآن الكريم وتفسيره: يجب على الداعية أن يدرس كتاب الله تعالى دراسة واعية يدرسه كمفكر لكل ما يحتويه من معانى ونصوص وأوامر ونواهى وقوانين وتشريعات، وأن يتمعن فى الغرض الذى نزل من أجله. وقد حوى القرآن من حقائق الغيب وحقائق النفس والحياة والاجتماع الإنسانى الكثير مما يفيد الداعية ومن هنا كان على الداعية أن يحفظ القرآن قدر مايستطيع ليكون أقدر على استيعابه واستحضاره والاستشهاد به فى كل مناسبة، ومن لوازمه فى ذلك أن يحسن تلاوة القرآن باتقان، وأن يدرس من أحكام التجويد ما يصحح به قراءته.

ب ـ السنة النبوية المطهرة: وتعتبر المصدر الثانى للثقافة الإسلامية الواجب على الداعية أن يلم بها، فهى الشارحة للقرآن والمبينة له والمفصلة لإجماله وفيها يتمثل التطبيق العملى لكتاب الله. وتتمثل السنة فى أقوال النبى ﷺ وأفعاله وتقريراته وأوصافه وسيرته.

جـ ـ الفقه: ولابد للداعية من قدر مناسب من الثقافة الفقهية بحيث يعرف أهم الأحكام الشرعية فى العبادات والمعاملات والآداب.. وما لايعرفه أو يستحضره يكون قادرا على مراجعة حكمه فى مصادره، حتى يتمكن من تصحيح ما يقابله من أخطاء فى ضوء الأحكام الشرعية. وأيضا ليعمل على تطعيم عظاته ودروسه بالأحكام الهامة التى يحتاج إليها الناس فى وقتها. فإذا تكلم عن الصيام مثلا لايكتفى بإعطاء قارئه الترهيب والترغيب، بل يحرص على إعطائه خلاصة الأحكام الأساسية لكل منها بأسلوب سهل قريب مقبول.

وبالإضافة إلى ذلك فلابد للداعية أن يلم بعلم أصول الفقه وعلم العقيدة والتصوف... إلخ.

٢. الثقافة التاريخية:

والثقافة التاريخية مهمة أيضا للداعية فهو يجب أن يدرس التاريخ، لا للاهتمام بجزئياته وتفصيلاته، وإنما لاستخلاص العظة والعبرة منه... وعليه أن يكون ذا وعى يقظ للوقائع التاريخية التى تخدم موضوعه وتعمق فكرته وتقدم له الشواهد الحية وليس من اللازم أن يجد هذه الوقائع فى كتب التاريخ المتخصصة بل كثيرا ما يلتقطها بحسه الواعى من مصادر مختلفة، وعليه أيضا أن يهتم بربط الحوادث والوقائع بأسبابها وعللها المعنوية والأخلاقية، وخصوصا التاريخ الإسلامى فضلاً عن الاهتمام بسير الرجال ومواقف الأبطال وخاصة العلماء والدعاة الصالحين على أن الداعية يجب أن يحذر فى دراسته للتاريخ، فليس كل ما تحويه كتب التاريخ صحيحا. فكم حوت من المبالغات والتشويهات، وكم لعبت الأهواء والعصبيات المذهبية دورها فى كتابة التاريخ، وفى رواية واقعه وتلوين أحداثه.

٣. الثقافة الادبية واللغوية:

وإذا كانت الثقافة الدينية لازمة للداعية، فكذلك أيضا الثقافة الأدبية واللغوية.. فاللغة بنحوها وصرفها لازمة لسلامة اللسان وصحة الأداء، فضلا عن حسن أثرها فى القارىء وصحة الفهم لها.. فالفرد لا يفهم كتاب الله وسنة رسوله بغير التمكن من اللغة العربية.. وقد جاء فى الحديث «إن من البيان لسحراً وإن من الشعر لحكماً»(١١٠).

٤. الثقافة الإنسانية:

ونعنى بها أن يلم الداعية إلماما بأصول ما يعرف باسم العلوم الإنسانية مثل: علوم النفس والإجتماع والإقتصاد والفلسفة والأخلاق والتاريخ وذلك لعدة أسباب، فموضوع هذه العلوم وثيق الصلة بموضوع الإنسان بمختلف إتجاهاته وميوله.. وعلى هذا فالإلمام بهذه العلوم يعينه على فهم الناس، ويجعله أقدر على مخاطبتهم على قدر عقولهم. وهذه العلوم مثل:

أ ـ علم النفس: وخاصة علم النفس التجريبى الذى انتهت إليه الدراسات النفسية الحديثة، والذى تقوم دراسة الظواهر النفسية فيه على أساس الملاحظة والتجربة والقياس، وهو يساعد الداعية على قياس ومعرفة الآثار الطيبة للإيمان والتدين فى نفسية صاحبه وسلوكه، كما أنه يزيده فهما لأسرار كثير من الأحكام الشرعية، فيزداد إيمانا بكمال عدل الله وحكمته.. فيما شرع.. ويبين ذلك لغيره من الأفراد.. كما يساعد علم النفس الداعية على فهم نفسية من يدعوهم ويكتب إليهم، ودراسة إهتماماتهم، ويؤثر فى نفوسهم ليخاطبهم بقدر عقولهم.

ب ـ علم الإجتماع: وهو علم يعنى بدراسة المجتمع البشرى فى مختلف جوانبه، ويعمل على تحليل ظواهره، والكشف عن القوانين التى تحكم مسيرته، ويحسن بالداعية أن يطلع على نبذة من أصول هذا العلم ومقرراته، وأحدث ما انتهى إليه.

جـ ـ علم الفلسفة: وعلى الداعية أيضاأن يلم بالفلسفة وإتجاهاتها المادية والروحية والوضعية والمثالية، وبتاريخ الفكر الإنسانى عامة والإسلامى خاصة.. وذلك ليستفيد

من دراستها فى نواحى أخرى منها أن يتمكـن من فهم الأفكار والفلسفات التى غزت كثيرا من عقول أبناء المسـلمين اليوم وبالتالى ليتمكن من تقويـمها ومعالجة إعوجاجها وحتى يتمكن من الرد على الفكر المخالف للإسلام بسلاح الفكر نفسه.

د ـ علم الأخلاق: بنظرياته المختلفة وبدراسته المتعددة وهو جزء من الفلسفة لأنه يبحـث عما يجب أن يـكون، وموضوعه إحـدى القيم الرئـيسية الثـلاثة التى تنـشدها الفلسـفة، وهى: الحق والخير والجـمال. وتختص فلسـفة الأخلاق بالبحـث عن الخير كما هو معلوم.

هـ ـ علوم التربية من العلوم الإنسانية الـهامة للداعية حيث أن هذا الداعية أصبح له أثره وخطره فى الحياة التـعليمية بمختلف مراحلها وشتى ميـادينها وأنواعها ولما كان الداعيـة يسعى إلى التـأثير على فـكر الإنسان وإنفعـالاته ونزعاته، لـهذا فهو يستـطيع الاستفادة من علوم التربية ومن خبرات المربين وتجاربهم فى توجيه المخاطبين وإيصال المعرفة إليهم، وكيفية التأثير فى عقولهم وعواطفهم.

و ـ علـم الإدارة: تتـطلـب ممارسـة الدعوة فـى كثير مـن الأحيـان مقـدرة إدارية وتنظيمية لقيادة فريق العمل بحيث تتم البرامج فى مواعيدها وبكفاءة تامة.

ل ـ علـم السيـاسة: وتفـيد دراسة مـبادىء السيـاسة وأساليـب الحكـم فى معـرفة العمـلية السياسـية، وتأثير الـقوى المختلفة فـى إدارتها، وإنعكـاس هذه العمليـة على المنظمات والمؤسسات الاجتماعية والاقتصادية وعلى الأفراد والجماعات.

٥.الثقافة الإعلامية:

والثقافة الإعلامية لا تقل أهمية بالنسبة للداعية عن الثقافة الإسلامية. فهى المدخل أو الطريق الذى يـوصله إلى تحقيق هدفه من عـملية الدعوة. وتتكون هذه الـثقافة من حصيـلة مجموعـة عديدة من العـلوم الإعلامية الـتى يجب علـى الداعية أن يلـم بها وهى:

أ ـ علم الدلالة: تـختلف دلالة الألفاظ من مـجتمع إلى آخر باختـلاف الخصائص

المميزة لكل مجتمع. تتغير هذه الخصائص نتيجة للتغيرات الجذرية الحاسمة أو التراكمية البطيئة. كما أن هذه الدلالات قد تختلف داخل المجتمع الواحد فى نفس العصر باختلاف الطبقة الاجتماعية أو المستوى الحضارى. ولذلك فإنه من الضرورى للداعية أن يلم بهذا العلم الذى يدرس الألفاظ من حيث قدرتها على الإبانة والوضوح أو الغموض والابهام طبقا للتغيرات المذكورة.

ب ـ مناهج البحث: والأبحاث هى أساس عملية الاتصال. وتحتاج الأبحاث العملية إلى مواصفات خاصة لا يعرفها إلا الدارسون لهذا العلم والمتمرسون على تطبيقه. ومن الأفضل أن يقوم الداعية بنفسه بهذه المهمة حتى يضمن توفير ضمانات موضوعية أفضل للبحث.

جـ ـ وسائل الاعلام: المختلفة وإمكانياتها الفنية وأنواعها ومزاياها والفروق الضمنية بينها من المعارف التى يجب أن يلم بها الداعية حتى يستخدمها الاستخدام الواعى الذى يحقق هدفه.

د ـ فنون التحرير الإعلامى والإخراج: وذلك وفقا للوسيلة المستخدمة فللصحافة مثلا هناك فنون تحرير الخبر والمقال والتحقيق الصحفى والحديث والكاريكاتير.. إلخ... وكذلك هناك فنون الإخراج.. وتساعد هذه الفنون والعلوم المختلفة الداعية على صياغة مادته الصياغة المؤثرة، وإخراجها وتقديمها للجمهور فى شكل جذاب.

هـ ـ نظريات الإعلام: ويتضمن الأسس المختلفة للإقناع والتأثير وتغيير الاتجاهات وتدعيمها وكافة العوامل التى تؤثر على عملية الاتصال وكيف يعمل كل عنصر بكفاءة؟ ومن هنا تأتى أهميته بالنسبة للداعية بما يقدمه له من أساليب ووسائل تفيده فى عملية الدعوة.

وبالإضافة إلى ذلك توجد علوم أخرى عديدة من الضرورى للداعية أن يلم بها نظرا لأهميتها القصوى له وهى علوم. الرأى العام، والدعاية والعلاقات العامة والنشر.. إلخ.

٦. الثقافة العملية:

ونعنى بالثقافة العلمية الثقافة التى تقوم على الملاحظة والتجريب وتخضع للقياس والاختبار، مثل علوم الفيزياء، الكيمياء، والأحياء والجيولوجيا والفلك والتشريع والطب وغيرها وليس من الواجب على الداعية أن يتعمق فى دراسته هذه العلوم وإنما عليه أن يطالع بعض الكتب المبسطة، وكذلك المقالات العلمية فى المجالات المختلفة وترجع أهمية الثقافة العلمية للداعية لأسباب عديدة منها:

١ـ تمكن الثقافة العلمية الداعية من استخدامها فى تأييد الدين وتوضيح مفاهيمه ونصرة قضاياه وذلك بدفع شبهات خصومه ومفتريات أعدائه.

٢ـ إن بعض ما تحتويه الكتب العلمية يتخذ وسيلة للتشكيك فى الدين مثل نظرية النشوء والارتقاء وغيرها.. ومن هنا كان لابد من معرفة شىء عن مثل هذه الأمور حتى يمكن الداعية أن يأخذ موقفا حيالها بناء على دراسة صحيحة لا على خيالات أو إشاعات.

وبذلك يستطيع الداعية أن يجد طريقه إلى الأذهان ويقع كلامه فى نفوس المثقفين العصريين موقع القبول وحسن التأثير.

٧. الخبرة الميدانية:

توجد حقيقة هامة يغفل عنها كثير من الدعاة وجميع كليات ومعاهد الدعوة وإن كانت تضمنتها النظرية الإعلامية الإسلامية.. ذلك إنها قدمت المبادىء فى إطار التطبيق ولهذا نزل القرآن متواتراً حسب الأحداث والمناسبات حتى يكون إستجابة لطبيعة الظروف الاعلامية، واحتياجات الناس وبالتالى حتى تتهيأ الفرصة للمسلمين لاستيعاب ما تنزل من آيات قولا وعملا وسلوكا.

وبفضل هذه الممارسة الميدانية تخرج مئات وألوف الدعاة البارزين الذين حملوا لواء الدعوة ونجحوا فى تحويل الملايين بالحكمة والموعظة الحسنة إلى دين الإسلام أما عندما تحول الدين إلى طقوس جامدة وتحولت الدعوة إلى قواعد تدرس فى الكليات

المتخصصة دون أن يلازمها تدريب عملى.. فقد الدعاة كل مقومات تأثيرهم.. وأصبحوا فى واد والناس فى واد آخر.. وكأن مهنة الدعوة أقل من المهن الأخرى كالطب مثلا الذى يشمل على سنة إمتياز للمارسة العملية والمحاماة والصحافة التى لا تجيز قيد الفرد إلا بعد مرور فترة للتدريب العملى.

وإذا كانت معاهد الدعوة الحالية قد خرجت عن هذا المبدأ الذى أقرته النظرية الإعلامية الإسلامية فإننا نجد العكس فى المعاهد والكليات التى يخصصها المسيحيون لتخريج المبشرين.. حيث نجدها تهتم بعملية التمرين على الرهبنة والكهنوتية، بل تصل إلى درجة تدريبهم على تحمل مشاق التبشير والصبر عليه. والتمرين على عيشة الكفاف والقناعة وعلى المعيشة فى المناطق النائية.

وإذا كنا نريد تخريج دعاة فعلا، فلابد أن نبدأ، باعدادهم على أرض الواقع ومن خلال الممارسة الميدانية والمتابعة الفعلية، حتى لا تصبح الدراسة فى واد والواع الفعلى للممارسة المهنة فى واد آخر. ولذلك يجب أن تتضمن كليات الدعوة فى لوائحها فترة محددة للتدريب العملى سنويا.. على فنون الخطابة والدعوة والاتصال الجماهيرى. كما هو الحال بالنسبة لطلاب كليات التربية. ومن خلال هذا الاحتكاك يمكن للطالب أن يتعرف على أمراض النفوس وأمراض المجتمع ويستطيع أن يتخيل الأساليب لعلاجها وبذلك تصقله هذه الممارسة وتعده لما بعد التخرج حين يبدأ ممارسة الدعوة ممارسة فعلية.

الفصل الخامس
صفات الداعية

من العوامل الهامة التى تساعد على نجاح الداعية وتزيد من فاعليته ومقدرته على التأثير ..المكونات الأساسية لشخصيته.. فشخصيةالداعية أو القائم بالاتصال تلعب دوراً أساسيا فى تحديد نتائج عملية الإقناع لايقل أهمية عن الرسالة التى يريد إبلاغها إلى جمهوره أو الطريقة التى يتصل بها.

ولعل هذا هو السبب فى إهتمام النظريةالإعلامية الإسلامية بتحديد العناصرالمطلوبة لتكون شخصية الداعية.. وهى نفس العناصر تقريبا، التى حددتها النظرية للفرد المسلم مضافا إليها بعض الصفات اللازمة للدعاة.

والعناصر المطلوبة لتكوين الشخصيةالسليمة ـ بصفة عامة ـ (١١١) يجب أن تتكون من عناصر طيبة تلتقى جميعها عند نقطة ارتكاز واحدة هى الفضائل. وعلى الرغم من أنه ليس للفضائل نهاية، لأنها أكثر من أن تحصر، إلا أنه يمكن تمييزها بأنها كل فعل فعلته فارضيت فيه ربك واطمأن إليه قلبك وإستراح له ضميرك ونلت به حب الناس وإعجابهم وتقدير المجتمع وثناءه.

وتتضح لنا من ثم مدى إتساع الرقعة التى تشغلها المكونات الأساسية لشخصية الداعية.فلم تترك النظرية الإعلامية الإسلامية ناحية من نواحى السلوك البشرى إلا وعالجتها بما يليق بها من خلق عالٍ وأدب سامٍ وسلوك كريم بحيث نرى المسلم الكامل مثلا عاليا للأدب السامى لم تشهدْ له الأرضُ من قبل مثيلا (١١٢).

والمتتبع لتاريخ الدعوات يجد أن بناء النفوس وإعداد الشخصيات القويمة يستغرق عادة وقتا طويلا، فقد بقى رسول الله صلى عليه وسلم ثلاثة عشر عاما فى مكة يعالج تلك النفوس الملتوية فى صبر وتدرج دون تعجل للنتائج . وبقى نوح عليه السلام يدعو ألف سنة إلا خمسين عاما.. وبرغم منزلة إبراهيم عليه السلام فلم يؤمن به سوى لوط عليه السلام، ومات بعض الأنبياء دون أن يحقق شيئا ملحوظا ولم ينقص ذلك من قدره شيئا (١١٣).

وعلى أية حال فإن إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالعناصر البنائية لتكوين شخصية الداعية نابع فى المقام الأول من طبيعة الدين الإسلامى الذى يعتمد على وسيلة الاتصال الشخصى، والتى تعتمد فى المقام الأول على القدوة الحسنة أى على جعل الداعية نموذجا حياً لمبادئها الأمر الذى يساعد على سرعة الإقناع والتأثير.

ومن الشواهد البليغة على عظم تأثير القدوة الحسنة (١١٤) على السلوك ما تقرره كتب السيرة فى صلح الحديبية الذى كان وقعه شديداً على المسلمين تقول لما أنتهى أمر الصلح أمر عليه الصلاة والسلام أصحابه أن يحلقوا رؤوسهم ، وينحروا الهدى ليتحللوا من عمرتهم فاحتمل المسلمون من ذلك هما عظيما حتى أنهم لم يبادروا بالإمتثال. فدخل صلى الله عليه وسلم على أم المؤمنين أم سلمة وقال لها: « هلك المسلمون ، أمرتهم فلم يمتثلوا فقالت يا رسول الله: إعذرهم فقد حملت نفسك أمراً عظيما فى الصلح.. ورجع المسلمون من غير فتح فهم لذلك مكروبون .. ولكن أخرج يا رسول الله وابدأهم بما تريد فإذا رأوك فعلت اتبعوك .. فتقدم ﷺ إلى هديه فنحره ودعا الحلاق فحلق رأسه فلما رآه المسلمون تواثبوا على الهدى فنحروه وحلقوا.

والهدف النهائى للقدوة الحسنة هو محاولة الوصول بالفرد المسلم إلى درجة التمثل الحى للمبادئ الإسلامية، أى أن يصبح سلوكه مطابقا لقوله.. ويتضح هذا المبدأ فى قوله تعالى ﴿أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنسَوْنَ أَنفُسَكُمْ﴾(١١٥)وتتسلسل مراتب القدوة أو المثل التى تقدمها النظرية الإعلامية الإسلامية إبتداء من رسول الله صلى الله عليه وسلم الذى وصل إلى درجه أن أصبح خلقه القرآن كما تقول السيدة عائشة رضوان الله عليها وكما قال ﷺ «أدبنى ربى فاحسن تأديبى». ولهذا دعت النظرية الإعلامية المسلمين إلى أن يكون لهم فى رسول الله أسوة حسنة قال تعالى ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الآخِرَ﴾(١١٦) وترتب على ذلك كما يقول «هاملتون جيب» أن قوة تأثير شخصية الرسول عليه السلام على مواقف المسلمين تلقى كل التبجيل، وأنها عبارة عن شعور تلقائى وطبيعى لايمكن تحاشيه سواء كان ذلك فى عهد الرسول عليه السلام أم من بعده. وأن ذلك كان أكثر

من مجرد إعجاب. ويكفى أن نذكر أن علاقة الحب التى غرسها الرسول فى قلوب أصحابه قد أينعت أثرها ومداها عبر القرون ويتم إثارتها وغرسها فى قلب كل جيل (١١٧).

وقد نهج أصحابه المخلصون نهجه فكانوا قدوة حسنة نجم عنها توسيع نطاق المعتنقين للإسلام إيمانا منهم بصدق نوايا هؤلاء الأصحاب المخلصين ونقاء سريرتهم ورجاحة عقولهم.

وقد ترتب عى نظرية المثل أو القدوة الحسنة التى أخذت بها النظرية الإعلامية الإسلامية نظرية جديدة هى نظرية الطاقات والقدرات الأساسية. فالإنسان كما خلقه الله طاقة. وتختلف هذه الطاقات والقدرات من شخص إلى آخر.

وتتمثل الطاقة فى كل ما خص به الإنسان (١١٨) من إمكانيات لممارسة أنواع معينة من السلوك. أى أنها الإطار الأساسى الذى يمارس الإنسان فى نطاقه الأنشطة والعمليات السلوكية المختلفة. وأما المقدرةالأساسية: فتعنى القدرات - الأفعال - والتصرفات التى يستطيع الانسان القيام بها. مثال ذلك أن الإنسان يستطيع القراءة والكتابة فعلا فالطاقة تعنى الأشياء التى يحتمل أن يقوم بها الإنسان أما القدرة فهى ما يستطيع الإنسان القيام به.

والنظرية الاعلامية الإسلامية تضع فى إعتبارها هذا الاختلاف فى قدرات الأفراد وطاقاتهم. وذلك حتى لاترتفع بالفرد السلم إلى مستوى التوتر والقلق الذى يسلمه إلى العجز. وذلك لأن الفرد عندما تقعد به إمكانياته عن تحقيق أهدافه يصبح فى حالة يائسة ولهذا تعاملت النظرية مع الانسان وفي إطار إمكانياته. أى فى إطار القدرة الفعلية الحقيقة قال تعالى﴿لا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إلاَّ وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ﴾ (١١٩). وهذا التكليف ليس فى كل الحالات وإنما فى حالات القدرة فقط، فالشخص المريض والنائم والناسى ليس محلا للتكليف،ولا موجب عليه الاقتداء حتى يسترد طاقاته وقدراته ولذلك كان تحريم الخمر والمسكرات التى تجمد هذه الطاقات والقدرات الفردية الانسانية، والتى تحرم الفرد من فرصة الاقتداء بالآخرين، ومن الفرصة فى أن يكون هو فى حد ذاته قدوة لغيره.

وهذا التفاعل النفسى بين أفراد المجتمع الاسلامى هو سر حيوية وبقاء هذا المجتمع. ولهذا قال رسول الله ﷺ : «مثل المؤمنين فى توادهم وتراحمهم كمثل الجسد الواحد إذا إشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالسهر والحمى».

وهذا التفاعل النفسى يأخذ إطاراً عاما تميزت به النظرية الإعلامية الإسلامية ، فلم نسمع عن نظرية إعلامية حديثة، أو سلطة أو هيئة إهتمت هذا الإهتمام ولا نصفه ولا ربعه قدر إهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالمكونات الأخلاقية التى ترتفع بالفرد المسلم إلى درجة الكمال الخلقى، والأدب السامى ، والروح العالية الشفافة التى تجعله أقرب إلى الملائكة وقمة فى التسامح والكرم والصفاء.

ويمكننا أن تحدد جوانب هذا البناء على شكل مجموعات من الصفات تأخذ التقسيم الآتى:

١ - مجموعة الصفات الإقناعية.

٢ - مجموعة الصفات الخارجية «البدنية».

٣ - مجموعة الصفات النفسية.

٤ - مجموعة الصفات الجماعية.

٥ - مجموعة الصفات التنظيمية.

أولا: الصفات الإقناعية

وهى مجموعة الصفات أو القدرات الخاصة التى لدى الداعية والتى تجعله أكثر قدرة على الاقناع والتأثير، وهذه الصفات هى:

١ ـ العدالة فى الحكم على الأشياء:

فالداعية يجب أن يكون عادلا يقف إلى جانب الحق حتى ولو ألحق به الضرر ولا يحكم على الأشياء إلا بعد دراستها وبحثها بحثا دقيقا من جميع وجوهها. قال تعالى

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾.

٢.حسن التصرف:

يعنى حسن التصرف القدرة على مواجهة المشكلات الجديدة ووضع الحلول المناسبة والسريعة لها، كما يعنى القدرة على الإبتكار لمواجهة المشكلات المتجددة المتعاقبة ذلك لأن كل مشكلة تتطلب حلا مختلفا عن ما سابقتها (١٢٠). بالاضافة إلى المقدرة على التنبؤ بالعواقب والاستفادة من التجارب الماضية، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم «المؤمن كيس فطن» وقال : «لا يلدغ المؤمن من جحر مرتين».

٣.الموضوعية:

وهى القدرة على السلوك والتصرف وإصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو لرأى أو لسياسة أو لدين (١٢١).

٤.الاتزان الانفعالى :

ويقصد به أن يظهر القائم بالإتصال إنفعالاته بالقدر الذى يتناسب مع المواقف وأن يكون متحكما فى إنفعالاته فمثلا إذا واجه إعتداءاً من جانب أحد أفراد الجمهور بالقول أو الفعل، لا يواجهه بالغضب، وإنما بالحلم والعفو، بالإضافة إلى المقدرة على تقبل سلوكهم حتى ولو كان غير لائق أو مناسب والقدرة على إمتصاص غضبهم ومعاملتهم معاملة أحسن (١٢٢).. وأن يتمثل حديث الرسول عليه السلام«إتق الله حيثما كنت .. وأتبع السيئة الحسنة تمحها وخالط الناس بخلق حسن » وقول الله تعالى ﴿وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ .

٥ - القدرة على التذكر:

يجب أن يعنى الداعية بتقويةذاكرته وحضور ذهنه إلى أكبر حد، وذلك حتى لا يظهر الفتور فيما يقدمه للناس، بل يحاول دائما أن يضيف معلومات جديدة إلى ما لديه ويكثر منها من أى طريق، سواء بالقراءة أو المشاهدة أو الإستماع أو التجربة.

ولاشك أن امتلاك القدرة على الإستيعاب والفهم والذاكرة القوية تفيد فى عمليات الإتصال الشخصى. ذلك أنها تسعفه إذا ما تعرض لما يحرجه أثناء اتصاله بأحد أفراد جمهوره، أو من الظروف المحيطة التى يتعامل معها . فضلا عن أنها تعينه على تذكر أسماء الشخصيات (١٢٣) التى يتعامل معها ويتحدث إليها . فذكر أسماء الناس الذين نقابلهم له وقع كبير على نفوسهم، ويزيد من الروابط، ويقوى من المعرفة – وقد أشرنا سابقا – إلى مدى إهتمام النظرية الأعلامية بتنمية القدرة على التفكير والتذكر لدى الأفراد وذلك فى النموذج الثانى اللاتصال الاسلامى.

٦.الاحساس بالحياة:

الدعوة من أكثر المهن التى توفر لصاحبها فرصة الاتصال بالحياة عن قرب، وعلى الرغم من أن الطبيب والمحامى والتاجر على صلة دائمة وثيقة بالحياة، إلا أنهم لايرون سوى بعض مظاهرها ولا يعرفون تمام المعرفة إلا بعض جوانبها، أما الداعية فهو يتصل بالناس، ويتغلغل داخل أعماقهم ويعرف جوانب قوتهم وضعفهم، والأسباب الخفية لسلوكهم، كما يعرف البواعث الحقيقية لأحداث الحياة اليومية . ولذلك فإن هذا الإحساس المرهف بالحياة والقوة المتدفقة فيها تنعكس على دعوته وتجعل الناس ترى فى أفكاره آمالهم وأحلامهم أنها إستجابة حقيقية لاحتياجاتهم، مما يجعلهم بالتالى يتبنون أفكاره .

٧.الصدق فى الاقوال والافعال:

وترجع أهمية الصدق إلى أن الداعية قدوة ، وأن قدرته على الإقناع متوقفة على مدى الثقة فيه. فكلما تزايدت الثقة كلما تزايدت قدرته الاقناعية. ولن يثق فيه الناس إلا إذا كان صادقاً ، وقد قدمت النظرية الإعلامية للصدق مستويات ثلاث، فهناك صدق فى النيات: وهو الذى يسبق العمل، ويجعل الداعية بقلبه وقالبه مع هذا العمل. وهذا النوع من الصدق يعنى طيب نفس الداعية، وأنه ليس هناك ما يخفيه، ثم النوع الثانى،وهو صدق الأقوال: ويعنى أن الداعية لن يقول إلا صدقاً . وهذا النوع يهدى إلى البر كما يقول الحديث الشريف والبر يهدى إلى الجنة، وإن الرجل

ليصدق حتى يكتب عند الله صديقا. أما النوع الثالث وهو صدق الأفعال ويمثل الجانب الظاهرى للعمل.

وبذلك تطمئن النظرية الإعلامية إذا ما توافرت هذه الأنواع للصدق لدى الداعية وإخلاصه فى عمله ظاهراً وباطناً، أياً من كان يتعامل معه . وبذلك كان ما يؤخذ على كفار قريش وقد كفروا بمحمد عليه السلام أنهم أنفسهم الذين نعتوه بالصادق الأمين فكيف وقد جربوا صدقه يكفرون به بعد ذلك . كما أنه هو الذى جعل أبا بكر الصديق يصدقه فى حادث الإسراء والمعراج وقال : والله إنى لاصدقه فى خبر السماء فكيف أكذبه فيما دون ذلك ولهذا استحق لقب الصديق.

وعلى هذا فإن الداعية الصادق هو الداعية الموثوق به الذى يطمئن الجمهور إليه ويقبلون عليه ويقتنعون به.

وهناك دراسات عديدة تبين أثر صدق القائم بالاتصال أو الداعية . فمن الأبحاث التى أجريت حول هذه الصفة تبين أن مضمون الرسائل الموجهة من مصادر يقل تصديق المستقبل لها، أولا يصدقها، ينظر إلها المستقبل على أنها منحازة وغير موضوعية . على عكس النظرة التى ينظر بها المستقبل إلى مضمون الرسائل الموجهة إليه من مصادر يصدقها. وأن هذا التصديق له تأثير كبير على آراء المستقبل.

كما تبين من الأبحاث أن عدم تأثر آراء المستقبل فى حالة قلة تصديقه للمرسل، ليس راجعا إلى عدم إهتمام المستقبل برسالة المرسل أو عدم فهمه لها . وإنما هو راجع أساسا إلى أن تصديق المستقبل يؤثر على دوافعه نحو قبول ماينتهى إليه المرسل من إستنتاجات . غير أنه تبين أن هذا التأثير سواء كان سلبيا أم إيجابيا يتجه إل الاختفاء بعد مرور بضعة أسابيع(١٢٤).

٨. القدرة على الاتصال بالآخرين:

قد تتوافر كل الصفات الاقناعية للداعية ولكنه يفتقد القدرة على الاتصال بالآخرين فيصبح وكأنه فقد كل هذه الصفات. فالقدرة على الاتصال بالآخرين تعتبر من أهم الصفات الاقناعية التى يجب أن تتوافر فى الداعية. وتعنى القدرة على الاتصال بالآخرين أن الداعية يجب أن تتوافر لديه القدرات الآتية :

آ ـ القـراءة : وهى ضرورية لـسببـين : للحـصول على المـعلومـات المطلوبـة من مصادرها المختلفة، وأيضـاً لمساعدته على معرفة اللغة والتمكـن منها حتى يكون قادراً على استـعمال الكلمـات التى تتفق فى مـدلولها مع الإ طار الـدلالى للجماهـير التى يخاطبـها. ولذلك كانت أول آية نـزلت فى القرآن تحث عـلى القراءة باعتبـارها طريق المعرفة والعلم. قال تعالى ﴿اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ﴾.

ب ـ الإستماع : وتتضمن مهارة الاستماع اليقظة التامة لما يقال وفهمه. ويجب أن يقرن الداعية الاستـماع بالرؤية، أى أن يراقب الناس وهم يتحدثون. فالأفراد غالبا ما يعكسون أنـفسهم من خلال ايماءاتـهم وتعبيراتهم المـصاحبة لكلماتـهم، أو حتى من خلال صمتهم ، وجميع صور الاتصال غير اللفظى التى تصدر عنهم.

ج ـ الكـتابة : ووظـيفتـها نقل الأفـكار والمعـلومات والأحـداث، ويجب أن يـلم الداعـية بقواعـد اللغـة، وأن يجيد الـكتابه الـواضحة الـسهلة والخـالية مـن التعقـيد والكلمات الغريبة.

د ـ الحديث : ويتسـاوى مع القدرة على الكتـابة فى الأهمية وخصوصـا فى مجال الاتصال الشخصى. حيث أنه عبارة عـن نوع الحديث الودى مع أفراد الجماهير، وهو ذو أثر كبير على الاقناع والتأثير (١٢٥).

هـ ـ المقدرة على التفـكير : تؤثر قدرتنا على إستخدام اللغة ،والـطريقة التى نضع بها الكـلمات مع بعضـها البعض على الأمـور التى نفكر فيـها، وعلى الطريـقة التى نفكر بها ، وعما إذا كنا نفكر أساسا أم لا.

وبالإضافـة إلى ذلك توجـد مجموعـة من الصفـات العامة أشـار اليها «ديـل كار ينجى» مؤسـس معهـد الدراسات الانـسانيـة بنيـويورك فى كـتابه : «كـيف تكـسب الأصدقـاء وتؤثر فـى الناس » وتـساعد هـذه الصـفات علـى زيادة المقـدرة الاقناعـية للداعية وهى:

١ ـ عدم توجيه اللوم دائما للناس، أو التكـلم بسوء عن أحد، وإنما يركز على الخير الذى يعرفه فى كل إنسان.

٢ ـ لا تجادل وأعلم أن خير السبل لكسب أى جدال هى أن تتجنبه.

٣ ـ إظهر إحتراما لآراء الشخص الآخر، ولا تقل لأحد أنه مخطئ ولكن إلفت النظر إلى هذه الأخطاء من طرف خفى ، وتكلم عن أخطائك أنت قبل أخطاء الآخرين.

٤ ـ حاول أن ترى الأشياء من وجهة نظر الشخص الآخر.

٥ ـ دع الشخص الآخر يحسب أن الفكرة فكرته.

٦ ـ توصل بالرفق واللين ، ودع الغضب والعنف.

٧ ـ توصل إلى الدوافع النبيلة .

٨ ـ قدم إقتراحات مهذبة، ولا تجعل الآخرين يعتقدون أنك تأمرهم.

٩ ـ حبب الآخرين فيما تدعوهم إليه.

١٠ ـ إجعل الأخطاء تبدو ميسورة الاصلاح ، واجعل العمل الذى تريده سهلا هينا.

١١ ـ إمتدح أقل الإجادة ، وكن مخلصا فى تقديرك للآخرين ، مسرفا فى مديحك دون أن تتجاوز الحق .

١٢ ـ حافظ على شعور الآخرين،ودعهم يحتفظون بماء وجوههم.

ولا شك أن الداعية الذى ينمى فى نفسه كل هذه الصفات الاقناعية يستطيع أن يصل إلى درجة عالية من الاقناع والتأثير.

ثانيا :الصفات الخارجية « البدنية »

وهى مجموعة الصفات الخارجية التى تعكس مظهر الداعية الخارجى . وتتمثل أهميتها فى أنها تعتبر أحد المداخل الرئيسية للنفس البشرية ذلك أن غالبية الناس تأخذهم المظاهر، وعادة ما ينجذبوا إليها. ولذلك تجد المولى عز وجل وقد تكفل باعداد أنبيائه ورسله لم يبعث نبيا ولا رسولا إلا وهو أكمل قومه خَلْقا وخلقا، فهذا

يوسف عليه السلام كان غاية في الجمال لدرجة جعلت النسوة اللاتى رأينه يقلن فى دهشة وذهول عندما رأينه ﴿مَا هَذَا بَشَرًا إِنْ هَذَا إِلاَّ مَلَكٌ كَرِيمٌ﴾(١٢٦) وكذلك كان محمد ﷺ، فقد وردت الأحاديث الكثيرة فى جمال خلقه فضلاً عما تضمنته من حرص النبى ﷺ على أن يكون فى أجمل صورة لأن الله جميل يحب الجمال..

وكما اختار الله أنبياءه ورسله وهم فى قمة الكمال الخلقى والخلقى فلابد أيضا، ونحن نختار دعاتنا أن يكونوا خالين من العيوب الخلقية التى تؤثر على السلوك، فتجعل الفرد إنطوائيا أو عدوانيا، أو يفقد الثقة فى نفسه، أو ربما تكون لديه نزعه السيطرة أو الحقد.

وإذا كان الداعية لادخل له فى صفاته الخلقية حيث يولد كل فرد مزودا بها، فلا أقل من أن يحافظ على مظهره ولا يعذر فى التقصير فيه. ولذلك دعت النظرية الإعلامية الإسلامية إلى الإهتمام بالمظهر. قال تعالى . ﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ﴾(١٢٧) و ﴿قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ﴾ (١٢٨) فالله تعالى يحب أن يرى أثر نعمته على عبده، ولكن بشرط ألا يدفعه ذلك إلى الخيلاء أو الغرور.

وهناك مجموعة من الصفات الخارجية المكتسبة تتكامل مع بعضها فى توفير المظهر الحسن للداعية وتزيد من قدرته على التأثير وهى.

١.النظافة:

وهى من الصفات الخارجية الهامة التى أكدتها النظرية الإعلامية الإسلامية ، بلغ من أهميتها أنها أصبحت المدخل الأول للعبادة ، فلابد أن يسبق الصلاة وضوء .

قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قُمْتُمْ إِلَى الصَّلاةِ فَاغْسِلُوا وُجُوهَكُمْ وَأَيْدِيَكُمْ إِلَى الْمَرَافِقِ وَامْسَحُوا بِرُءُوسِكُمْ وَأَرْجُلَكُمْ إِلَى الْكَعْبَيْنِ وَإِن كُنتُمْ جُنُبًا فَاطَّهَّرُوا﴾ . هناك أيضا التخلل أى تنظيف الأسنان بالسواك يقول ﷺ «تخللوا فإنه نظافة والنظافة تدعو إلى الإيمان ، والإيمان مع صاحبه فى الجنة» فضلا عن ضرورة الإهتمام بنظافة الثياب «وثيابك فطهر» ويتسع مفهوم النظافة فى الإسلام حتى يشمل كل ما يثمر الجمال(١٢٩).

٢.الصحة النفسية والبدنية :

ويجبْ أن يتمتع الداعية بصحة نفسية جيدة ، حيث أنه بطبيعة عمله يمنح الأمان والإستقرار والهدوء للنفوس القلقة المعذبه، ولا يستطيع أن ينقل هذا الإحساس بالأمان إذا ما كان هو نفسه مفتقداً له. وقد رسمت النظرية الإعلامية الإسلامية له الحدود التى تمنحه هذه الصحة، وأجملتها فى قوله تعالى ﴿ألا بذكر الله تطمئن القلوب﴾ أما من يخرج عنها فكما قال تعالى: ﴿يجعل صدره ضيقاً حرجا كأنما يصعد فى السماء﴾كما أثبتت الدراسات الحديثة . حيث تقل نسبة الأوكسجين فيشعر بالضيق والتوتر والإختنا ق الشديد الذى يفقده كل إستقرار وهدوء.

أما الصحة الجسمية فهناك الآيات الكثيرة والآحاديث الصحيحة كالتى توضح لنا مدى عناية القرآن الكريم والسنة النبوية بالصحة البدنية للفرد وللداعية، ذلك أن العقل السليم فى الجسم السليم وأن الأمة التى لا يكون أبناؤها أقوياء أصحاء مكتوب عليها الفناء.

وقد اهتمت النظرية الإعلامية بضرورة الاهتمام بالصحة البدنية. ذلك لأن الدعوة شاقة وتحتاج إلى العمل المستمر (١٣٠) والجهد الدائب وتعرض صاحبها لشدائد تهز أعصابه وتسبب له التوتر الشديد أو الإجهاد الفكرى . ولهذا فإن أداء مثل هذا العمل يتطلب إنسانا سليما يتمتع باستقرار عاطفى ونضج فكرى. قال تعالى : ﴿أَحَسِبَ النَّاسُ أَن يُتْرَكُوا أَن يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لا يُفْتَنُونَ﴾ (١٣١).

٣.البشاشة :-

وتأتى أهميتها من أنها تبعث فى الإنسان الراحة والسرور كما تفصح عن إنفراج الأسارير والإنشراح والإقبال على الحياة بوجه عام، لهذا كان على الداعية أن يكون بشوشا حتى يقبل الناس عليه ولا يعبس فينفرهم منه. وقد عتب رب العزة على رسول الله صلى الله عليه وسلم عندما جاءه ابن أم مكتوم يسأله وهناك أثرياء قريش يدعوهم، فعبس وتضايق . فنزل قوله تعالى ﴿عَبَسَ وَتَوَلَّىٰ ① أَن جَاءَهُ الْأَعْمَىٰ ② وَمَا يُدْرِيكَ لَعَلَّهُ يَزَّكَّىٰ ③ أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنفَعَهُ الذِّكْرَىٰ﴾ (١٣٢).

فضلا عن أن الإبتسامة تخلق جوا إجتماعيا ملؤه التعاطف والمشاركة والرضا

والحب والصداقة والألفة.كما أنها تعبر عن الأدب والذوق وحسن التربية . لذلك ما كا ن يُرى رسول الله ﷺ إلا باشا.. فهذه الإبتسامة الرقيقة المهذبة هي التي يجب أن يتعودها الدعاة ، حيث أنها شعاع أمل لليائس وراحة للمحزون (١٣٣).

وهكذا فإن للمظهر الحسن وحسن الهيئة والبشاشة أثرا كبيرا في جذب إنتباه الجمهور إلى الداعية . الأمر الذى يجعله يعرض نفسه للدعوة وبالتالى فقد يصل إلى درجة الإقناع حسب توافر باقى المكونات الأخرى.

وفى كتاب تاريخ الدعوة « لارنولد توينسبى » حكاية تبين أثر المظهر فى دخول واحد من اليهود وهو « سعيد بن الحسن » فى الإسلام ـ وذلك سنة ١٢٣٨ هـ عندما دخل المسجد ، ووجد المسلمين يقفون فى صفوف كأنهم الملائكة.. وشاهد الخطيب معتليا المنبر فى عباءته السوداء . مما جعله يشعر بالرهبة ، وهكذا نجد أن مظهر الداعية الخارجي ساعده على إثارة إهتمام هذا الرجل بالدين ، ذلك أنه جذبه إلى الإستماع إلى الخطبة ، ثم إلى الصلاة . وفى الصلاة أحس كأن الله العلى القدير يتجلى للمسلمين فى سجداتهم وركعاتهم . وأيقن فى نفسه أنه لابد خلق ليكون مسلما فأسلم (١٣٤) .

ولهذا كان على الداعية أن يراعى حسن المظهر وإذا لم يكن حسن الخلقة فلا أقل من أن يجعل نفسه حسن الهندام نظيفا بهى الطلعة، حتى يصل إلى تحقيق هدفه.

ثالثا :الصفات النفسية :

وهى مجموعة الصفات التى تنمى فى الفرد المسلم فضيلة ترفع من قدره وتحفظ كرامته وتصون شرفه، وتسمو به عن كل صفة تبخس قيمته وتمس شرفه. وقد تضمنت النظرية الإعلامية فى مجال الصفات النفسية كل الفضائل التى يجب أن يتحلى بها الفرد فحددتها وحددت الطريق للوصول اليها . كما أنها لم تدع رزيلة إلا وحذرت منها ، ووضعت العراقيل فى سبيلها.

على أن النظرية الإعلامية الإسلامية حتى توضح معالم الطريق حددت مبادئ أساسية هى:

١ ـ مبدأ المسئولية . قال تعالى : ﴿كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ﴾ (١٣٥) ﴿وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ﴾(١٣٦) ﴿وَمَن يَكْسِبْ إِثْمًا فَإِنَّمَا يَكْسِبُهُ عَلَىٰ نَفْسِهِ﴾(١٣٧).

٢ ـ مبدأ المقدرة الاختيارية : فكل إنسان بحكم تكوينه قادر على الاختبار بين الخير والشر. قال تعالى ﴿وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا ۝ فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا﴾ (١٣٨).

﴿قَدْ جَاءَكُم بَصَائِرُ مِن رَّبِّكُمْ فَمَنْ أَبْصَرَ فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ عَمِيَ فَعَلَيْهَا﴾ (١٣٩) ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمُ الْحَقُّ مِن رَّبِّكُمْ فَمَنِ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ وَمَن ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا﴾ (١٤٠).

٣ ـ حساب النفس «الحساب الذاتى» فكل إنسان يجب أن يراجع نفسه ويحاسبها حسابا عسيرا. قبل أن يحاسب ..وذلك على سبيل الوقفة التى قد تعيده ثانيا إلى الطريق إذا كان قد ابتعد عنه . قال تعالى ﴿فَكَيْفَ إِذَا جَمَعْنَاهُمْ لِيَوْمٍ لَّا رَيْبَ فِيهِ وَوُفِّيَتْ كُلُّ نَفْسٍ مَّا كَسَبَتْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ﴾(١٤١). ﴿يَوْمَ تَجِدُ كُلُّ نَفْسٍ مَّا عَمِلَتْ مِنْ خَيْرٍ مُّحْضَرًا وَمَا عَمِلَتْ مِن سُوءٍ تَوَدُّ لَوْ أَنَّ بَيْنَهَا وَبَيْنَهُ أَمَدًا بَعِيدًا﴾ (١٤٢).

وفى إطار هذه المبادئ الثلاثة تقدم النظرية الإعلامية الإسلامية مجموعة الصفات النفسية مختلطة ومتداخله مع الهيكل العام الإسلامى نفسه للعقائد والعبادات والمعاملات التى تتفاعل مع بعضها من أجل أن تقدم للإنسان القدوة.

فالعقائد والعبادات والمعاملات حينما ننظر إليها باعتبار الهدف المنتظر والمتحقق من ممارستها، تجده فى النهايه هدفا أخلاقيا. وقد أشرنا إلى ذلك فى النموذج الثانى للنظرية الإعلامية الإسلامية.

وقد أفاضت كثير من الدراسات عندما تعرضت لحكمة مشروعية هذه العبادات على بيان أثرها على سلوك الفرد وتنمية الجانب الأخلاقى لديه . ولذلك فإننا نكتفى هنا بمجرد الإشارة إلى هذه الصفات التى تمثل البنيان الأخلاقى لدى الفرد المسلم. ومن أهم هذه الصفات العفاف والأمانة والوفاء والشجاعة وقوة الإرادة والطاعة والخشوع والخوف والإخاء والحب والإيثار والتواضع والحلم والمجاهدة والرحمة

والشكر .. الخ. هذه الصفات التى تمثل فى مجموعها الأخلاق المستمدة من أسماء الله الحسنى التسع والتسعين.

أى أن النظرية الإعلامية الإسلامية تحاول الإرتفاع بالفرد والتسامى به إلى درجات التخلق بأخلاق الله تعالى ، أى أن ترتفع به إلى أقصى درجات المثالية، وذلك من خلال الممارسة الحقيقية الصادقه للإسلام . وذلك كما جاء فى الحديث القدسى : لايزال عبدى يتقرب إلى بالنوافل حتى أحبه فإذا أحببته كنت سمعه الذى يسمع به وبصره الذى يبصر به ويده التى يبطش بها وفى رواية كنت هو .

رابعا :الصفات الجماعية :

وهى مجموعة الصفات التى يجب أن يتحلى بها الفرد باعتباره عضوا فى جماعة. فليس يكفى أن يتخلق الفرد فى ذاته بأعلى ما يكون من الصفات الجميلة والأخلاق المحمودة ، وإنما لابدوأن يتخلق أيضا بالأخلاق التى تجعل الحياة الإجتماعية تزدهر وتنمو وتحقق التكامل بين كل أعضاء المجتمع ، ويصبح كالجسد الواحد إذا إشتكى منه عضو تداعت له سائر الأعضاء بالسهر والحمّى.

ونستطيع أن تحدد من هذه الأخلاق التى حددتها النظرية الإعلامية الإسلامية ممايلى:

١ـ الأخوة المؤسسة على التضامن والمودة والإخاء والتعاون والصفاء والإيثار قال تعالى ﴿وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ﴾ (١٤٣) . ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ﴾(١٤٤) ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾(١٤٥) ﴿وَلَا تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ﴾ ﴿وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا﴾(١٤٦)﴿وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا مِن بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ﴾ (١٤٧).

٢ـ تجنب المواقف التى تفجر الصراعات والعصبيات بين الأفراد وتزرع فى قلوبهم الشقاق. قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ

وَلا تَجَسَّسُوا وَلا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضاً﴾ (١٤٨) . ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْراً مِّنْهُمْ وَلا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْراً مِّنْهُنَّ وَلا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلا تَنَابَزُوا بِالأَلْقَابِ بِئْسَ الاسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُوْلَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ﴾(١٤٩) .

٣ـ الحرص على الحرية والعزة وتجنب الذلة والعبودية والالتزام بمظهر القوة. قال تعالى ﴿إِنَّ الَّذِينَ تَوَفَّاهُمُ الْمَلائِكَةُ ظَالِمِي أَنفُسِهِمْ قَالُوا فِيمَ كُنتُمْ قَالُوا كُنَّا مُسْتَضْعَفِينَ فِي الأَرْضِ قَالُوا أَلَمْ تَكُنْ أَرْضُ اللَّهِ وَاسِعَةً فَتُهَاجِرُوا فِيهَا﴾ (١٥٠) ﴿وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ﴾ (١٥١) ﴿وَأَعِدُّوا لَهُم مَّا اسْتَطَعْتُم مِّن قُوَّةٍ وَمِن رِّبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُم﴾(١٥٢).

٤ـ الرجولة والشهامة وعدم التودد إلى الأعداء. ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَتَّخِذُوا بِطَانَةً مِّن دُونِكُمْ لا يَأْلُونَكُمْ خَبَالاً وَدُّوا مَا عَنِتُّمْ قَدْ بَدَتِ الْبَغْضَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمُ الآيَاتِ إِن كُنتُمْ تَعْقِلُونَ﴾(١٥٣) .

﴿لا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِن دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلاَّ أَن تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاةً وَيُحَذِّرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ﴾ (١٥٤) ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَتَّخِذُوا عَدُوِّي وَعَدُوَّكُمْ أَوْلِيَاءَ تُلْقُونَ إِلَيْهِم بِالْمَوَدَّةِ وَقَدْ كَفَرُوا بِمَا جَاءَكُم مِّنَ الْحَقِّ﴾ (١٥٥).

٥ ـ المغامرة والسعي طلبا للرزق: ﴿يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ أَرْضِي وَاسِعَةٌ فَإِيَّايَ فَاعْبُدُونِ﴾ (١٥٦) ﴿وَمَن يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الأَرْضِ مُرَاغَماً كَثِيراً وَسَعَةً﴾(١٥٧).

٦ـ الصبر على المحن ﴿وَلَنَبْلُوَنَّكُم بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الأَمْوَالِ وَالأَنفُسِ وَالثَّمَرَاتِ﴾(١٥٨).

٧ـ الوفاء بالعهد: ﴿وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدتُّمْ﴾ (١٥٩).

٨ ـ عدم البغي والعدوان ومكافحة الظلم ﴿وَلا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ﴾(١٦٠) ﴿وَلا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي﴾ (١٦١) ﴿وَسَيَعْلَمُ الَّذِينَ ظَلَمُوا أَيَّ مُنقَلَبٍ يَنقَلِبُونَ﴾ (١٦٢) ﴿وَلا تَرْكَنُوا إِلَى الَّذِينَ ظَلَمُوا فَتَمَسَّكُمُ النَّارُ﴾(١٦٣).

وهذه الصفات وغيرها من التى اشتمل عليها القرآن الكريم وتضمنتها السنة النبوية تتكامل مع بعضها لتخلق لنا نوعية معينة من المجتمعات المثالية التى يتكامل جميع أفرادها ويصبحون كالجسد الواحد إذا اشتكى منه عضو تداعت له سائر الأعضاء بالسهر والحمى.

خامسا: الصفات التنظيمية:

وهذه الصفات خاصة بالفرد باعتباره عضوا داخل تنظيم معين، يستهدف تحقيق أهداف معينة تجتمع كلها تحت كلمة واحدة هى الجهاد أى إعلاء كلمة الله وهذا النوع من الصفات يساعد على وحدة الحركة وسرعتها داخل التنظيم نفسه وأهمها:

١ ـ العمل الجماعى: حيث يشترك الفرد مع غيره فى عمل جماعى يقومون جميعاً بتأديته فى لحظة واحدة، وبإيقاع سيمفونى ينتظم فى أعلى درجاته جميع أفراد الأمة الإسلامية. كما هو الحال بالنسبة للصلاة والصيام. وكذلك أيضا الحج، فعلى الرغم من قيام البعض فقط بادائه.. إلا أن باقى أفراد الأمة الإسلامية يشاركونهم فى نفس اللحظة ـ وهى العيد ـ الإحتفال بهذه المناسبة.. وبذلك تتحول الكثرة الفردية بفضل النظرية الإعلامية إلى كل واحد متماسك ومتناسق وبهذه الوحدة تتحقق الرابطة الواحدة ويتعلم المسلمون العمل الجماعى بعد ذلك فى كافة أمور الحياة سواء كان ذلك فى ميدان الحرب والجهاد أو فى باقى الميادين الأخرى.

٢ ـ الطاعة: والطاعة واجبة ويتعلمها المسلمون أيضا فى إطار الممارسة الفعلية للعبادات وبصفة خاصة فى الصلاة. حيث يقف المسلمون خمس مرات فى اليوم الواحد خلف الإمام لا يسبقونه حركة ولا يتأخرون عنه، ويصبحون بذلك وكأنهم صف واحد. ومن خلال العبادات تتدرج النظرية بخلق الطاعة إلى باقى الأمور الدنيوية حتى إن الثلاثة إذا كانوا فى سفر أمروا أحدهم والتزموا بطاعته، وهكذا

تتدرج الطاعة حتى تصل إلى مرتبة الوجوب لأولى الأمر أو حكام المسلمين ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الأَمْرِ مِنكُمْ﴾(١٦٤). وهذه الطاعة ليست مطلقة وإنما مقيدة بطاعة الله، فلا طاعة لمخلوق فى معصية الخالق. كما يقول الحديث الشريف. وكما قال أبو بكر الصديق رضوان الله عليه إنطلاقا من هذا المبدأ عقب بيعة السقيفة: أطيعونى ما أطعت الله ورسوله».

٣ـ الصبر: وهو واجب فى النظرية الإسلامية، وذلك نظراً لما يتطلبه العمل فى مجال الدعوة من وقت وجهد، ونظراً لما يعترضه من صعاب ومشاق قال تعالى ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا﴾(١٦٥).

٤ـ الإيثار والتضحية بالوقت والجهد والقدرات الفكرية، وبكل ما يمتلكه الفرد ﴿وَيُؤْثِرُونَ عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ﴾(١٦٦).

٥ ـ حماسة القلب: وتعنى تعلقه بالغاية، وهى العاطفة الصادقة نحو الدعوة التى تجعل صاحبها مشتغلا بها فى كل حين، كما قال تعالى حكاية عن حال حضرة المصطفى ﷺ وانشغاله تماما بالدعوة ﴿قُلْ إِنَّ صَلاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ (١٦٧).

٦ـ عدم اليأس لهزيمه أو لخسارة ﴿وَلا تَهِنُوا وَلا تَحْزَنُوا وَأَنتُمُ الأَعْلَوْنَ إِن كُنتُم مُّؤْمِنِينَ﴾ (١٦٨).

٧ـ الإيمان بأن النصر من الله، وأن القلة مع تأييد الله تغلب الكثرة مهما بلغت من القوة ﴿كَم مِّن فِئَةٍ قَلِيلَةٍ غَلَبَتْ فِئَةً كَثِيرَةً بِإِذْنِ اللَّهِ وَاللَّهُ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾(١٦٩).

وهكذا يتضح لنا مدى عظمة النظرية الإعلامية الإسلامية وسموها وكما لها فى تعاملها مع الفرد المسلم وكيف وضعت له الأسس وحددت الصفات التى جعله إنسانا كاملا يستخدم بأقصى قدر من الكفاءة كل إمكانياته وطاقاته من أجل إعلاء كلمة الحق والخير والعدل.

الفصل السادس
الداعية والانتقاء الإعلامى

حارس البوابة

تكلمنا فى الفصول السابقة عن الدور الهام الذى يشغله القائم بالاتصال أو الداعية. وتبينا كيف أن النظرية الإعلامية الإسلامية تفهمت طبيعة هذا الدور إنطلاقا من إيمانها بطبيعة الدين الإسلامى نفسه من حيث أنه دين دعوة ومن ثم فلا وجود ولا انتشار له دون الدعاة المؤمنين به، والمخلصين له والذين يصدرون فى كل تصرفاتهم عن تمثل حقيقى وصادق لكل مبادئه.

وعرفنا كيف أن النظرية الإعلامية الإسلامية بلغ من إهتمامها بالداعية أنها لم تترك شيئا يتعلق به ويؤثر على مقدرته على الإقناع والتأثير إلا وتناولت أصوله وحددت حقائقه. فتناولت أهدافه وإتجاهاته نحو نفسه، ونحو الموضوع الذى ينقله، ونحو الجمهور، ومستوى معرفته عن نفسه، وعن الجمهور، وعن الرسالة الإعلامية، وعن الظرف الاتصالى، وعن الظروف السياسية والاقتصادية والإجتماعية والحضارية التى يتعامل الداعية من خلالها وتؤثر على عمله. كما تعرضت ببيان شامل لبيان الجوانب المختلفة لمستوى ثقافته العامة فحددت ألوان المعارف التى يجب أن يزود نفسه بها ولم تقتصر على مجرد المعرفة العلمية، وإنما أكدت أيضا على أهمية الممارسة الميدانية للدعوة. وفى مجال الصفات التى يجب أن تتوافر لدى الداعية، أو بمعنى آخر فى مجال التطبيق الحى للدعوة الإسلامية فقد أكدت أهمية القدوة الحسنة كل هذا فى إطار طاقات الإنسان وقدراته الأساسية فحددت الجوانب المختلفة لهذه الصفات، وأشارت إلى الصفات النفسية والتنظيمية والإقناعية وفى إطار هذا كله أشارت إلى أهمية دور الجزاء والرغبات والاحتياجات الانسانية والحالة الذهنية والمزاجية التى يكون عليها الفرد وتوقعاته عن نفسه وعن الآخرين، والدور الاجتماعى للفرد ومركزه وباختصار كل ما يتعلق بالداعية من وجهة النظر الشمولية، والتى يمكن أن تؤثر على مدى نجاحه الإعلامى.

وإذا قارنا هذا الاهتمام الشامل الدقيق بالقائم بالاتصال فى النظرية الإعلامية الإسلامية بالإهمال الشديد - وحتى وقت قريب - للقائم بالاتصال فى النظريات الحديثة نجد أنها لم تتنبه إلى أن القائم بالاتصال لا يقل أهمية عن مضمون الرسالة الإعلامية. وقد أثمرت الدراسات التى قام بها الباحثون فى هذا المجال عن مجموعة من الدراسات فيما أطلق عليه بدراسات «حارس البوابة».

وقد انتهت هذه الدراسات إلى أن هناك العديد من المتغيرات التى تؤثر على القائم بالاتصال، والتى على ضوئها يحدد ما ينشر وما لا ينشر، منها قيم المجتمع والصحف الأخرى، ووكالات الأنباء والمعلنون والجمهور وسياسة الجريدة ورغبة الإعلامى فى أن يترقى ويحظى بمنصب أفضل والضغوط الميكانيكية فى حجرة الأخبار.

أما بالنسبة للداعية أو القائم بالاتصال الإسلامى فقد حددت النظرية الإسلامية مجموعة مبادىء رئيسية تدور فى نطاقها كافة المتغيرات التى تحكم عملية اختياره وتقديمه للمادة الإعلامية وهذه المبادىء هى:

١- الموضوعية المجردة: فليس للداعية أن يتدخل بذاتيته بزيادة على ما جاء به الوحى الأمين من قواعد الدين ومبادئه كما أوضح ذلك النموذج الأول.

٢- اليقظة الكاملة: فالداعية فى حالة إنتباه ويقظه كاملة فى كل أموره كما أكد ذلك الحديث الشريف: «المؤمن كيس فطن» فهو يقدم مضمونه على ضوء الصالح العام للفرد، وصالح الجمهور وصالح الدعوة وحريص على أن يؤكد نقاط التقارب والإتفاق بين هذه المصالح التى جعلتها النظرية الإعلامية الإسلامية غير متعارضة ولا مختلفة.

٣- الضغط المتوازن: ويعنى أن الداعية وهو يقدم شروحه وتفسيراته لقواعد الدين أو وهو يقدم تحليلاته لمشاكل الحياة اليومية وأخبارها لجمهوره محكوم بنظرية الضغط المتوازن أى أن الجمهور يقف أمامه يقظا ومتنبها لأى خروج عن إطار الدلالة الإسلامى من قبل الداعية ليوجهه ويرده - كما اشرنا إلى ذلك فى النموذج الثانى.

٤ـ الإيجابية البنائية: وتعنى أن الداعية هادف. وهادف دائما وحركته إيجابية فى إتجاه البناء الخلاق للواقع والمجتمع. وكل مضمون يقدمه إن لم يحقق هذه الإيجابية البنائية فمحكوم عليه بالفشل والرفض، وخاصة إذا ما كان الحس الإسلامى يقظا لدى الجماهير ولم يتبلد بفعل وسائل الإعلام الحديثة.

٥ ـ التأثير المتراكم للدعوة: من حيث أن الدعوة جهود جميع المخلصين المستمرة منذ ظهور الإسلام وحتى الآن. وعلى إمتداد الساحة الإسلامية، وأن وزن الداعية وقيمته يقيم على ضوء إضافته إلى هذا التراث الإسلامى. ولهذا كان حديث رسول الله ﷺ: «من سنَّ سنه حسنه فله أجرها وأجر من عمل بها إلى يوم القيامة ومن سنَّ سنه سيئة فعليه وزرها ووزر من عمل بها إلى يوم القيامة».

٦ـ عملية الإنتقاء والاختيار والتفضيل بين أنواع المضامين المختلفة تخضع لنوع من التصفية الذاتية، والداعية بحكم مراقبة الله له وخشيته الدائمة منه وبحكم الضمير الحى الذى كونته لديه النظرية الإسلامية ـ كما أشرنا فى النموذج الثانى ـ مطالب بأن يستعرض كل ما قدمه على هذا الضمير فما استراح له قلبه وأطمأن له ضميره قدمه لجمهوره، وما يعجز عن تقديمه، أو لاتعاونه الظروف المحيطة على أدائه، أو لم يأت الوقت لأدائه فله الحق فى ثواب النية الصادقة وبذلك تسبق النية العمل، وتهىء له، وتمهد له السبل.

وهكذا يتضح لنا من كل ما سبق مدى أهمية الدور الذى يشغله الداعية بالنسبة للنظرية الإعلامية الإسلامية، وأنها بحكم كافة هذه الضوابط التى تحكم عملية الممارسة الفعلية للداعية فقد ساعدت على إيجاد قدر من وحدة الشعور والإنتماء بين الدعاة وبالتالى إيجاد رابطة قوية تجمعهم وتوحد غايتهم وهدفهم. وهو الأمر الذى أشرنا إليه فى الباب الأول ولم يتوفر لنظريات الإعلام الأخرى.

وأخيراً فإذا كنت بهذا الجزء قد لمست بعض جوانب العظمة فى النظرية

الإعلامية الإسلامية فمازالت هناك جوانب أعظم سوف أتعرض لها إن شاء الله ونحن نتكلم فى الأجزاء التالية عن باقى مكونات النموذج الثالث للنظرية الإعلامية الإسلامية وعن كيفية الاستفادة من هذا البناء الشامخ لصالح إعادة الحياة إلى جسد الدعوة الإسلامية من ناحية، ومن ناحية أخرى، لتحديد معالم الطريق للإعلام المصرى، والعربى والإسلامى، فى مرحلة من أدق المراحل التى تمر بها مصر والعرب وبلدان العالم الإسلامى.

«وما توفيقى إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب.

مراجع الباب الخامس

(١) عبدالبديع صقر: كيف يدعو الناس ـ ط٨ ـ القاهرة ـ مكتبة وهبه ـ ١٩٨٠ ـ ص٢٧.

(٢) [سورة المائدة: آية ٦٧].

(٣) [سورة النحل:١٢٥].

(٤) صحيح البخارى ـ كتاب العلم جـ ١ ص ٢٧.

(٥) رياض الصالحين ص ١٥.

(٦) افريت روجرز: الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر ـ ترجمة سامى ناشد ـ القاهرة ـ عالم الكتب ص ٣١١.

(٧) البهى الخولى: تذكرة الدعاة ـ القاهرة ـ مكتبة الشباب المسلم ص ٥.

(٨) عبدالبديع صقر: مرجع سابق ص ٦٤.

(٩) آدم عبدالله الألورى: مرجع سابق ص ١٨ ـ ١٩.

(١٠) محمد الغزالى: مع الله دراسات فى الدعوة والدعاة ـ القاهرة ـ دار الكتب الحديثة ـ ١٩٧٥ ـ ص ٧.

(١١) [سورة النحل:٣٦].

(١٢) [سورة الأحزاب:٤٥:٤٦].

(١٣) [سورة يوسف:١٠٨].

(١٤) صحيح البخارى جـ ١ ص ٦٢ ـ ٦٣.

(١٥) د. عبدالكريم زيدان: أصول الدعوة الداعى والمدعو ص ١٠.

(١٦) لتكولن دافيد كيسلى، كانن تشايلز هبرن: الإرشاد الزراعى ـ ترجمة محمد المعلم ص٦٠.

(١٧) [سورة الصافات :١٧،١٨].

(١٨) محمد الغزالى: مرجع سابق ص ٨٧.

(١٩) رفاعى سرور: حكمة الدعوة ص ٨٨ ـ ٨٩.

(٢٠) ادوارد بيرنيز: مرجع سابق ص٣٤.

(٢١) د. محمد البادى: البنيان الاجتماعى للعلاقات العامة ص١٦.

(٢٢) عبدالبديع صقر: مرجع سابق ص ١٤.

(٢٣) د على عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة ص ٩٥.

(٢٤) أوارد بيرنيز: مرجع سابق ص ٣٥ ـ ٣٦.

أنظر أيضا:

- David Berlo, The Process of Communicaion,pp.11-20.
- Wilbur Schramm, The Nature of Communicaion between Humans,pp 3 - 54.

(٢٥) [سورة الزلزلة:٧،٨].

(٢٦) د. على عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة ص ١٠٠.

(٢٧) د. ابراهيم إمام: فن العلاقات العامة والإعلام ص ١٦٥.

(٢٨) رفسيس ليكرت: القيادة الحديثة فى المؤسسات الجماهيرية - ترجمة عمر القبائى ص ٢٧٦ - ٢٨١.

(٢٩) لنكولن كلى، كانن هيرن: مرجع سابق ص ٦٤ - ٧٤.

(٣٠) د. على فؤاد أحمد: علم الاجتماع الريفى ص ٢٧ - ٣١.

(٣١) د. على فؤاد أحمد: مرجع سابق ص٢٧.

(٣٢) د. على فؤاد أحمد: مرجع سابق ص ٢٨.

(٣٣) افريت روجرز: مرجع سابق ص ٢٩٦.

(٣٤) افريت روجرز: مرجع سابق ص ٢٩٦.

(٣٥) افريت روجرز: مرجع سابق ص ٢٩٦.

(٣٦) افريت روجرز: مرجع سابق ص ٢٩٧.

(٣٧) د. خليل صابات: الاعلان: تاريخ أسسه وقواعده ص ١٢٣.

(٣٨) افريت روجرز: مرجع سابق ص ٣١٥.

(٣٩) د شاهيناز طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية ص ١٣.

(٤٠) [سورة فصلت :٣٣].

(٤١) تفسير بن كثير حـ٤ ص ١٠٠.

(٤٢) د. عبدالكريم زيدان: مرجع سابق ص ٢٣.

(٤٣) فتحى رضوان: الإسلام ومشكلات الفكر ص ٢٠.

(٤٤) [سورة البقرة:١٤].

(٤٥) [سورة الحجرات :١،٥].

(٤٦) د. محمود عودة: أساليب الأتصال والتغيير الاجتماعى ص ١٧.

(٤٧) Allport, M. "Attitudes" in C. Marchisen Handbook of Social Prychology, 1965.P,810.

(٤٨) Bernard.L.L. Introduction to Social Prychology P.246.

(٤٩) د. ابراهيم أمام: مرجع سابق ص ١٣١.

(٥٠) د. حسن محمد خير الدين: مدخل فى العلوم السلوكية س ٣٧.

(٥١) د. على السلمى: السلوك التنظيمى ص ١٤٧.

(٥٢) د. صلاح الدين جوهر: إدارة المؤسسات الاجتماعية أسسها ومفاهيمها ص ١٥٩.

(٥٣) د جيهان رشى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام ص ١٤٥.

(٥٤) على محفوظ: هداية المرشدين ص ١٠٣.

(٥٥) د. عبدالكريم زيدان: مرجع سابق ص ٣٢.

(٥٦) [سورة الرعد: ١٤].

(٥٧) [سورة الضحى: ٦].

(٥٨) د أحمد غلوش: الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها ص ٤٣٤ ـ ٤٣٦.

(٥٩) د. على السلمى: السلوك التنظيمى ص ١٣٢.

(٦٠) محمد الغزالى: مرجع سابق ص ٩٤ ـ ٩٥.

(٦١) د. أحمد الخشاب، وأحمد النكلاوى: المدخل السسيولوجى للاعلام ص ١٤٥.

(٦٢) Berla, The Process of Communication, p p 28 - 70

(٦٣) عبدالبديع صقر: مرجع سابق ص ٢٧.

(٦٤) حسن عبدالرؤوف البدوى: سلوك الداعية ص ٨٩.

(٦٥) [سورة طه:٢٥].

(٦٦) [سوزة الأنعام:١٦٢:١٦٣].

(٦٧) البهى الخولى: تذكرةالدعاة ص ٥ ـ ٥٢.

(٦٨) د. جيهان رشتى: مرجع سابق ص ١٤٦.

(٦٩) المقريزى: امتاع الاسماع ص ٣٢ ـ ٣٣.

(٧٠) [سورة الكهف:٢٨].

(٧١) [سورة الحجرات:١٣].

(٧٢) [سورة يس:٢٦:٢٧].

(٧٣) الإمام الغزالي: احياء علوم الدين جـ٣ ص ٤٥.

(٧٤) د. جيهان رشتي: مرجع سابق ص ٥٢٥.

(٧٥) [سورة الذاريات آية ٢١].

(٧٦) [سورة البقرة:١٥٩،١٦٠].

(٧٧) د. أحمد غلوش: مرجع ساب.

(٧٨) البهي الخولي: «ص ١٩٢».

(٧٩) [سورة محمد آية ١٩].

(٨٠) [سورة يوسف:١٠١].

(٨١) آدم عبدالله الألوري: تاريخ الدعوة إلى الله بين الأمس واليوم ص ١٢٥.

(٨٢) البهقي الخولي: مرجع سابق ص ٢١١ ـ ٢١٣.

(٨٣) محمد السيد الوكيل: مرجع سابق ٤٠.

(٨٤) د. أحمد غلوش: مرجع سابق ص ٤٢٤.

(٨٥) د. إبراهيم إمام: العلافات العامة والاعلام ص ١٦٩.

(٨٦) د. إبراهيم إمام: العلاقات العامة والاعلام ص ٢٠٥.

(٨٧) لكولن كيلي: مرجع سابق ص ٨٧.

(٨٨) علي محفوظ: مرجع سابق ص ١٤٤.

(٨٩) دبل كاربنجي: كيف تكسب الأصدقاء وتؤثر في الناس ص ٥٠ ـ ٦٤.

(٩٠) آدم الألوري: مرجع سابق ص ١٥٥.

(٩١) محمد عطية الأبراشي: الشخصية ص ٤٠.

(٩٢) د . عبدالعزيز القوصي: أسس الصحة النفسية ص ٦٨.

(٩٣) حسن عبدالرءوف البدوي: مرجع سابق ص ٢٨٣.

(٩٤) [سورة المائدة: ٢].

(٩٥) [سورة العصر: ٤].

(٩٦) [سورة الحجرات آية ١٣].

(٩٧) [سورة الكهف آية٢٨].

(٩٨) [سورة النساء آية٣٦].

(٩٩) د. عبدالكريم زيدان: المرجع السابق ص ٦٩.

(١٠٠) عبدالبديع صقر زبدان: المرجع السابق ص ٩١ ـ ٩٢.
(١٠١) البهى الخولى زبدان: المرجع السابق ص ٢٣٦.
(١٠٢) عدنان النحوى: دور المنهاج الربانى فى الدعوة الإسلامية ص ١٣١ ـ ١٣٨.
(١٠٣) [سورة الرعد:١١].
(١٠٤) د. محمد كامل البطريق، د محمد جمال شديد: تنمية المجتمع المحلى ص ٧٧ ـ ٨٠.
(١٠٥) يوسف القرضاوى: ثقافة الداعية ص ١٤٠ ـ ١٤٦.
(١٠٦) د. محمد البادى: البنيان الاجتماعى للعلاقات العامة ص ١٢٦.
(١٠٧) عبدالبديع صقر: مرجع سابق ص ٩٨.
(١٠٨) د. محمود عودة: أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعى ص ٣١.
(١٠٩) البهى الخولى: مرجع سابق ص ١٣٥ ـ ١٣٦.
(١١٠) يوسف القرضاوى: ثقافة الداعية ص ١٥ ـ ٧٥.
(١١١) محمد عبدالله السمان: التربية فى الإسلام ص ١٦.
(١١٢) د. الحسين أبو فرحه: أخلاق إسلامية من الكتاب والسنة ص ٨.
(١١٣) عبدالبديغ صقر: مرجع سابق ص ١١.
(١١٤) محمد الصباغ: من صفات الداعية ص ١٥.
(١١٥) [سورة البقرة:٤٤].
(١١٦) [سورة: الأحزاب ٢١].
(١١٧) د. عبداللطيف حمزة: الإعلام فى صدر الإسلام ص ١٥ ـ ٧٢.
(١١٨) د. على السلمى: مرجع سابق ص٧٤ ـ ٧٦.
(١١٩) [سورة البقرة :٤٤].
(١٢٠) د. ابراهيم أمام: مرجع سابق ص ٧٢.
(١٢١) د. محمد طلعت عيسى: العلاقات العامة ص ٤٩.
(١٢٢) د. على عجوة: مرجع سابق ص ٤١.
(١٢٣) د. يل كارينجى: مرجع سابق ص ٧٨.
(١٢٤) د. محمد البادى: مرجع سابق ص ١٨٧ ـ ١٨٨.
(١٢٥) د. على عجوة: مرجع سابق ص ٤٢ ـ ٤٣.
(١٢٦) [سورة يوسف: ٣١].

(١٢٧) [سورة الأعراف :٣١].

(١٢٨) [سورة الأعراف:٣٢].

(١٢٩) د. الحسيني أبو فرحة: مرجع سابق ص ١٢٤.

(١٣٠) كاملة محمد صابر حجاب: عناية القرآن الكريم والسنة النبوية بالصحة البدنية.

(١٣١) [سورة العنكبوت:٢].

(١٣٢) [سورة عبس :١-٤].

(١٣٣) سيد صبحي: الإنسان وسلوكه الاجتماعي ص ١٣٢.

(١٣٤) عطية صقر: الدين العالمي ومنهج الدعوة إليه ص ١٧٤.

(١٣٥) [سورة المدثر آية ٣٨].

(١٣٦) [سورة فاطر: ١٨].

(١٣٧) [سورة النساء :١١٠].

(١٣٨) [سورة الشمس: ٧- ٩].

(١٣٩) [سورة: الأنعام:١٠٤].

(١٤٠) [سورة يونس :١٠٨].

(١٤١) [سورة آل عمران:٢٥].

(١٤٢) [سورة آل عمران: ٣٠].

(١٤٣) [سورة التوبة: ٧١].

(١٤٤) [سورة الحجرات: ١٠].

(١٤٥) [سورة المائدة: ٢].

(١٤٦) [سورة آل عمران: ١٠٣].

(١٤٧) [سورة آل عمران: ١٠٥].

(١٤٨) [سورة الحجرات: ١٢].

(١٤٩) [سورة الحجرات: ٩].

(١٥٠) [سورة النساء : ٩٧].

(١٥١) [سورة المنافقون: ٨].

(١٥٢) [سورة الانفال: ٦٠].

(١٥٣) [سورة آل عمران: ١١٨].

(١٥٤) [سورة آل عمران: ٢٨].

(١٥٥) [سورة الممتحنة: ١].

(١٥٦) [سورة العنكبوت: ٥٦].

(١٥٧) [سورة النساء: ١٠٠].

(١٥٨) [سورة البقرة: ١٥٥].

(١٥٩) [سورة النحل: ٩١].

(١٦٠) [سورة المائدة: ٨٧].

(١٦١) [سورة طه: ٨١].

(١٦٢) [سورة الشعراء: ٢٢٧].

(١٦٣) [سورة هود: ١١٣].

(١٦٤) [سورة النساء: ٥٩].

(١٦٥) [سورة آل عمران : ٢٠٠].

(١٦٦) [سورة الحشر: ٩].

(١٦٧) [سورة الأنعام: ١٦٢].

(١٦٨) [سورة آل عمران: ١٣٩].

(١٦٩) [سورة البقرة: ٢٤٩].

مصادر البحث ومراجعه

أولا: ـ القرآن الكريم.

ثانيا: ـ الكتب العربية والترجمة:

١ـ د. إبراهيم أمام: ـ العلاقات العامة والمجتمع ط٢ القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨٥.

٢ـ ــــــــــ فن العلاقات العامة والإعلام ط ٢ القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٦.

٣ـ ــــــــــ الإعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٥.

٤ـ ــــــــــ:

٥ ـ إبراهيم زكى خورشيد: ثقافة وكتاب ـ دار المعارف سلسلة أقرأ القاهرة ١٩٨٠.

٦ ـ البهى الخولى: تذكرة الدعاة ـ مكتبة الشباب المسلم ١٣٦٣هـ.

٧ ـ أبو الحسن الندوى: الصراع بين الفكرة الإسلامية واللفكرة الغربية القاهرة ـ دار الاقتصاد ١٩٧٧.

٨ ـ أبو الأعلى المودودى: تذكرة دعاة الإسلام ـ بيروت مؤسسة الرسالة.

٩ـ أبو علوى الحداد: الدعوة التامة:

١٠ـ د. أحمد أحمد غلوش: الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها القاهرة دار الكتاب ١٩٧٩.

١١ـ أحمد حجاب: العظة والاعتبار ـ آراء فى حياة السيد البدوى الدنيويةى وحياته البرزخية ـ طنطا ـ مطبعة سعيد ١٩٨١.

١٢ـ أحمد حمد: وظيفة الإمامة ـ القاهرة، ـ مطبعة السعادة.

١٣ـ د. أحمد الخشاب، د. أحمد النكلاوى: المدخل السسيولوجى للإعلام القاهرة ـ دار الكتب الجامعية ١٩٧٤.

١٤ـ أحمد طاهر: الاذاعة والسياسة الدولية ـ القاهرة الهيئة المصرية للكتاب ١٩٨٠.

١٥ ـ د. أحمد محمد الحوفى: فن الخطابة ـ ط٣ دار الفكر العربى.

١٦ـ أحمد عبدالفتاح: الدعوة والدعاة لتنظيم الأسرة ـ القاهرة مؤسسة روز اليوسف ١٩٧١.

١٧ـ د. اجلال خليفة: الصحافة مقروءة مرئية مدرسية سجدية تجارية إدارية ـ القاهرة ـ دار الطباعة الحديث ١٩٧٦.

١٨ـ ادوار بيرنين: العلاقات العامة فن ـ ترجمة حسنى خليفة ووديع فلسطين ـ القاهرة، ـ دار المعارف ١٩٦٧.

١٩ ـ آدم عبدالله الألورى: تاريخ الدعوة إلى الله بين اليوم والأمس ط٢ القاهرة ـ بمكتبة وهبة ١٩٧٩.

٢٠ـ آرنولد توماس: الدعوة إلى الإسلام ـ ترجمة حسن إبراهيم ـ ط٢ القاهرة، ـ مكتبة النهضة المصرية.

٢١ـ انور الجندى: عالمية الإسلام ـ القاهرة ـ دار المعارف سلسلة أقرأ ـ ١٩٧٧.

٢٢ ـ ــــــــــ: حركة اليقظة الإسلامية ـ القاهرة ـ دار الاعتصام ـ ١٩٧٩.

٢٣ـ أنور الجندى: قضايا العصر فى ضوء الإسلام ـ القاهرة ـ مجمع البحوث الإسلامية ـ سلسلة البحوث الإسلامية ١٩٧١.

٢٤ ـ ــــــــــ: الصحافة والاقلام المسمومة ـ القاهرة ـ دار الاعتصام ـ ١٩٨٠.

٢٥ ـ د. الحسينى أبو فرحة: مأدبة الله ـ دراسات فى علوم القرآن ـ القاهرة، ـ دار الطباعة المحمدية ١٩٧٩.

٢٦ ـ ــــــــــ: اخلاق إسلامية من الكتاب والسنة ـ القاهرة المجلس الأعلى للشئون الإسلامية سلسلة دراسات إسلامية.

٢٧ ـ افريت روجرز: الأفكار المستخدمة وكيف تنتشرى ـ ترجمة سامى ناشد ـ القاهرة ـ عالم الكتب.

٢٨ـ توفيق محمد سبع: قيم حضارية فى القرآن الكريم ـ القاهرة ـ مجمع البحوث الإسلامية ـ سلسلة البحوث الإسلامية.

٢٩ ـ جاك ميدوز: آفاق الإتصال ومنافذه فى العلوم والتكنولوجيا ترجمة حشمت محمد قاسمى ـ القاهرة ـ المركز العربى للصحافة ١٩٧٩.

٣٠ ـ جلال الدين السيوطى: الأكليل فى استنباط التنزيل ـ المدينة المنورة ـ نشر المكتبة العلمية.

٣١ ـ جمال البنا: الدعوات الإسلامية المعاصرة.

ـ القاهرة ـ مطبعة حسان ١٩٧٨.

٣٢ ـ د. جمعه على جمعه: قصة الدعوة ـ القاهرة ـ المكتبة التوفيقية القاهرة ١٩٧٦.

٣٣ ـ جورج هالس: إدارة الناس فن ـ ترجمة زحمد زكى محمد ط٢ ـ القاهرة دار المعارف ١٩٦٨.

٣٤ ـ جيمس منزيس بلاك: كيف تكون مديرا ناجحا ـ ترجمة عبدالحميد ثابت ـ ط٢ ـ القاهرة ـ دار القلم ـ ١٩٦١.

٣٥ ـ د. جيهان أحمد رشتى: الأسس العملية لنظريات الإعلام ـ القاهرة ـ ط٢ ـ القاهرة ـ دار الفكر العربى ١٩٧٨.

٣٦ ـ د. حسن إبراهيم حسن: التاريخ الإسلامى العام ـ القاهرة ط ٣ المطبعة الأميرية الكبرى.

٣٧ ـ حسن إسماعيل الهضيبى: دعاة لا قضاة ـ القاهرة دار الطباعة والنشر الإسلامية ـ ١٩٧٧.

٣٨ ـ د. حسين محمد على: المدخل المعاصر لمفاهيم ووظائف العلاقات العامة القاهرة ـ الأنجلو المصرية ـ ١٩٧٦.

٣٩ ـ حسن البنا: مذكرات الدعوة والداعية ـ القاهرة ـ دار الشباب.

٤٠ـ خالد محمد خالد: الدين للشعب ـ القاهرة ـ مؤسسة الأخبار ـ كتاب اليوم ـ ١١١.

٤١ ـ د. خليل صابات :الإعلام تاريخه أسسه قواعده فنونه اخلاقياته الأنجلو المصرية ـ الطبعة الأولى ـ ١٩٦٩.

٤٢ـ ــــــــــــــ: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها ـ الأنجلو المصرية ـ القاهرة ـ ط٢ ١٩٧٩.

٤٣ ـ ديل كارتيجى ـ كيف تكسب الاصدقاء وتؤثر فى الناس ـ ترجمة عبدالمنعم الزيادى ـ القاهرة ـ مكتبة الخارنجى.

٤٥ ـ رئيس ليكرت: القيادة الحديثة فى المؤسسات الجماهيرية ـ ترجمة عمر القبانى ـ القاهرة ـ دار الكرنك للنشر والطباعة والتوزيع.

٤٦ـ زكريا هاشم زكريا: المستشرقون والإسلام ـ القاهرة ـ المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ـ ١٩٦٥.

٤٧ ـ د. زيدان عبدالباقى: علم النفس الإجتماعى فى المجالات الإعلامية القاهرة ـ مكتبة غريب ١٩٧٩.

٤٨ ـ سعد صادق محمد سيرة الرسول عليه الصلاة والسلام ـ القاهرة المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ـ دراسات إسلامية.

٤٩ ـ د. سمية أحمد فهمى: دور النظرية فى تفسير التعليم ـ ط٢٢س القاهرة ـ مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر ـ ١٩٥٨.

٥٠ ـ سيد سابق: دعوة الإسلام ـ بيروت ـ دار الفكر ـ ١٩٧٨.

٥١ ـ د. سيد قطب: الإسلام ومشكلات الحضارة ـ بيروت ـ دار الشروق.

٥٢ د. شاهينان طلعت: وسائل الإعلام والتنمية الإجتماعية. القاهرة ـ الأنجلو المصرية ـ ١٩٨٠.

٥٥ ـ د. صلاح الدين خطاب: الجانب العلمى فى القرآن ـ القاهرة مطابع الناشر العربى ـ ١٩٧٠.

٥٦ ـ صلاح نصر: الحرب النفسية ـ معركة الكلمة والمعتقد جـ٢ القاهرة ـ ١٩٦٦.

٥٧ ـ عامر النجار: الطرق الصوفية ـ القاهرة ـ الأنجلو المصرية ١٩٧٨.

٥٨ ـ عباسى محمود العقاد: مطلع النور ـ القاهرة ـ كتاب الهلال (٢١٣) ١٩٦٨.

٥٩ ـ ــــــــــ: حقائق الإسلام وأباطيل خصومة ـ القاهرة دار الهلال ـ ١٩٦٩.

٦٠ ـ عبدالبديع صقر: كيف تدعو الناس ـ القاهرة ط٨ مكتبة وهبه ـ ١٩٨٠.

٦١ ـ عبدالرحمن بن خالدون: مقدمه بن خلدون ـ تحقيق عبدالواحد وافى ـ القاهرة ـ ج٢ طبع ونشر لجنة البيان العربى..

٦٣ ـ عبد القاهر الجرجانى: اسرار البلاغة جـ ٤ القاهرة ـ دار المنار ـ ١٩٤٠.

٦٣ ـ د. عبدالعزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام ـ القاهرة ـ دار الكتاب المصرى ـ ١٩٨٠.

٦٤ ـ عبدالعزيز أبو الليل: الدعاية السياحية ـ القاهرة ـ دار الكاتب المصرى للطباعة والنشر ـ ١٩٦٨.

٦٥ ـ د. عبدالعزيز القوصى: أسس الصحة النفسية ـ القاهرة ـ جـ ٥ مكتبة النهضة ١٩٥٦.

٦٦ ـ د. عبدالعظيم المطعنى: أزمة التدين عند الشباب المعاصر الداء والدواء ـ القاهرة ـ دار النصار ـ ١٩٧٨.

٦٧ ـ ــــــــــــ: ساعة مع القرآن العظيم ـ القاهرة ـ دار المعاف سلسلة كتابك رقم (٩٧) ـ ١٩٧٩.

٦٨ ـ د. عبدالكريم زيدان: أصول الدعوة الداعي والمدعو ـ جـ١.

٦٩ ـ د. عبداللطيف حمره: أزمة الضمير الصحفي ـ القاهرة دار الفكر العربي ١٩٦٠.

٧٠ ـ ــــــــــــ: الإعلام في صدر الإسلام ـ القاهرة دار الفكر العربي ١٩٧١.

٧١ ـ ــــــــــــ: الإعلام له تاريخه ومذاهبه.. القاهرة.. دار الفكر العربي .. ١٩٦٥.

٧٢ ـ عبدالمنعم شميس: الإسلام في مواجهة تحديات العضر الحاضر كتب سياسية.. العدد الثامن.. دار المعارف ١٩٨٠.

٧٣ ـ عبدالمغني سيعد : تقدمية الإسلام وعالمنا المتطور.. القاهرة.. دار الكرنك ١٩٦٥.

٧٤ ـ عبدالوهاب حموده: القرآن وعلم النفس.. القاهرة.. المكتبة الثقافية.

٧٥ ـ عدنان النحوي: دور المنهاج الرباني في الدعوة الإسلامية.. الرياض.. مكتبة الاعتصام ١٩٧٧.

٧٩ ـ علوي بن عباس المالكي: محاضرات عن الإسلام.. جده مؤسسة أبو الجديل للطبع والنشر.. ط٣ ١٩٧٠.

٧٧ ـ علي سرور الزنكلوني: الدعوة والدعاة.. القاهرة. مكتبة وهبه ١٩٧٩.

٧٨ ـ د علي جريشه: دعاة لابغاة.. الكويت.. دار البحوث العلمية ١٩٧٩.

٧٩ ـ علي عبدالعظيم: الدعوة والخطابة.. القاهرة.. دار الاعتصام.

٨٠ ـ علي السلمي: السلوك التنظيمي.. القاهرة.. مكتبة غريب ١٩٧٩.

٨١ ـ علي محفوظ: هداية المرشدين إلى طرق الوعظ والخطابة.. ط٩.. القاهرة ١٩٧٩.

٨٢ ـ عماد بن الفداء إسماعيل بن كثير: تفسير القرآن العظيم.. القاهرة.. ط١ المطبعة الكبرى الأميرية.

٨٣ ـ لنكولن دافيد كيلسي.. كالن تشايلزهيرن: الارشاد الزراعي ترجمة محمد المعلم.. مكتبة النهضة المصرية القاهرة جـ٢ ١٩٦٣.

٨٤ ـ ماهر نسيم: الصحافة والشعب، القاهرة.. مؤسسة المطبوعات الحديثة ١٩٥٧.

٨٥ ـ محمد عبدالله السمان: التربية فى القرآن: القاهرة دار الاعتصام.. سلسلة رسائل الفكرة الإسلامية.

٨٦ ـ محمد أحمد العدوى: دعوة الرسل إلى الله تعالى.. القاهرة مكتبة مصطفى الحلبى ١٩٣٥.

٨٧ ـ د. محمد البهى: السبيل إلى دعوة الحق والقائم بامرها.. القاهرة مجمع البحوث الإسلامية.. سلسلة البحوث الإسلامية ١٩٧٠.

٨٨ ـ محمد السيد الوكيل: اسس الدعوة وآداب الدعاة.. القاهرة دار الطباعة والنشر الإسلامية ١٩٧٩.

٨٩ ـ محمد الصباغ: من صفات الداعية.. القاهرة.. مؤسسة المصرى للكتاب.. ١٩٧٠.

٩٠ ـ محمد الغزالى: مع الله.. دراسات فى الدعوة والدعاة.. القاهرة دار الكتب الحديث.. ١٩٧٥.

٩١ـ ـــــــــــ: الإسلام والطاقات المعطلة.. القاهرة.. دار الكتب الحديث ط ٢.. ١٩٦٤.

٩٢ ـ محمد جلال كشك: الغزو الفكرى: القاهرة ط٤.. المختار الإسلامى للطباعة والنشر.. ١٩٧٥.

٩٣ ـ محمد فهمى عبدالوهاب: من مقومات الداعية: القاهرة.. دار الاعتصام.. ١٩٨٠.

٩٤ ـ د. محمد سيد محمد: الإعلام والتنمية.. القاهرة.. مكتبة كمال للدين ١٩٧٨.

٩٥ ـ د. محمد فتحى: حركات الشباب الاجتماعية سلسلة الألف كتاب القاهرة.. وزارة التربية والتعليم.

٩٦ ـ د. محمد طلعت عيسى: العلاقات العامة والإعلام.. أصولها وتطبيقاتها.

٩٧ ـ د. محمد كامل اليطريق، محمد جمال شديد: تنمية المجتمع المحلى.. القاهرة الأنجلو المصرية ١٩٦٩.

٩٨ ـ محمد قطب: مناهج الفن الإسلامى.. بيروت.. دار الشروق.

٩٩ ـ محمد كامل حته: القيم الدينية والمجتمع.. القاهرة دار المعارف سلسلة اقرأ.. ١٩٧٤.

١٠٠ ـ د. محمد كمال إبراهيم جعفر: فى الدين المقارن.. القاهرة.. دار الكتب الجامعية ـ ١٩٧٠.

١٠١ـ محمد عبدالرءوف يهنسى: الرأى العام فى الإسلام.. القاهرة.. مؤسسة الكتاب المصرى ـ ١٩٦٦.

١٠٢ ـ د. محمد محمد البادى: البنيان الإجتماعى للعلاقات العامة.. القاهر الأنجلو المصرية ١٩٧٨.

١٠٣ـ د. محى الدين عبدالحليم: الإعلامى الإسلامى وتطبيقاته العملية القاهرة.. مكتبة الخانجى ١٩٨٠.

١٠٤ ـ د. مصطفى الرافعى: الإسلامى نظام انسانى.. المجلس الأعلى للشئون الإسلامى القاهرة.. ١٩٦٤.

١٠٥ ـ ــــــــــ: الإسلام انطلاق لا جمود..

١٠٦ ـ محمد عزة دروزة: سيرة الرسول ﷺ.. صورة مقتبسة من القرآن الكريم.. القاهرة.. المكتبة التجارية ١٩٤٨.

١٠٧ـ د. محمد عطية الابراشى: الشخصية.. القاهرة ط ٣.. لجنة التأليف والنشر.

١٠٨ ـ محمود بن عمر الزخشرى «أبى القاسم» : اساس البلاغه.. القاهرة ط١ دار الكتب المصرية ١٩٥٣.

١٠٩ ـ محمد أبو زهرة: فن الخطابة.. القاهرة.. مطبعة العلوم.

١١٠ـ محمد الراوى:الدعوة الإسلامية دعوة عالمية: القاهرة الدار القومية ١٩٦٥.

١١١ ـ د. مختار التهامى: الصحافة والسلام العالمى.. القاهرة المجلس الزعلى للفنون والآداب.. ١٩٦٤.

١١٢ ـ ــــــــــ: الإعلام والتحول الاشتراكى.. القاهرة دار المعارف.. ١٩٦٦.

١١٣ ـ د منيع عبدالحليم محمود: المسجد واثرة فى المجتمع الإسلامى.. القاهرة.. دار المعارف ـ ١٩٧٣.

١١٤ ـ ولبور شرام: اجهزة الإعلام والتنمية الوطنية.. ترجمة محمد فتحى.. القاهرة.. الهيئة المصرية للكتاب ـ ١٩٧٠.

١١٥ ـ وليام ريفرز: وسائل الإعلام والمجتمع الحديث.. ترجمة د. إبراهيم أمام . دار المعرفة.

١١٦ـ د. يوسف القرضاوى: ثقافة الداعية. بيروت ط٢ مؤسسة الرسالة ـ ١٩٧٩.

بحوث غير منشورة:

١١٧ ـ حسن عبدالرءوف البدوى: سلوك الداعية واثره فى تبليغ دعوة الإسلام رسالة ماجستير.. جامعة الأزهر. كلية أصول الدين ١٩٨٠.

١١٨ ـ سليمان محمد الدبشة المسجد وأثره فى الدعوة إلى الله جامعة الأزهر.. كلية أصول الدين.. رسالة دكتوراه ١٩٧٥.

١١٩ ـ سمير عبدالعزيز: منهاج القرآن فى أعداد النبى ﷺ رسالة ماجستير.. جامعة الأزهر .. كلية أصول الدين ١٩٧٨.

١٢٠ ـ عبدالرحمن النجار: الدعوة الإسلامية فى شرق إفريقيا. رسالة دكتوراه.. جامعة الأزهر.. كلية أصول الدين ١٩٧٩.

١٢١ـ كاملة محمد صابر حجاب: عناية القرآن الكريم والسنة النبوية بالصحة البدنية رسالة ماجستير. جامعة الأزهرل.. كلية النبات الإسلامية ١٩٨١.

١٢٢ ـ محمد سيد عامر: منهج الإمام أحمد بن حمبل فى الدعوة الإسلامية رسالة ماجستير.. جامعة الأزهر.. كلية أصول الدين ١٩٧٩.

١٢٣ ـ محمد طلعت أبو صير: الدعاة إلى الله فى القرآن الكريم ومناهجهم رسالة دكتوراه. جامعة الأزهر كلية أصول الدين.. ١٩٧٨.

١٢٤ ـ د. محمد منير محمد صابر حجاب: موقف الصحف اليومية من قضايا الفكر الدينى رسالة دكتوراه.. جامعة القاهرة. كلية الإعلام ١٩٧٨.

١٢٥ ـ ــــــــــــ: مقومات نجاح الصحافة الإسلامية .. دارسة تحليلية لمجلة العروة الوثقى.. جامعة أسيوط.. كلية آداب سوهاج.. استنسل.

١٢٦ ـ محمد يوسف محمود: الصوفية وأثرهم فى الدعوة إلى الله .. رسالة ماجستير.. جامعة الأزهر.. كلية أصول الدين ١٩٧٩.

ثالثا: المراجع الأجنبية:

- Alport, G., w. "Attitudes" in C. Marchison (edr), Handbook of Social Paychology, 1965.
- Berlo, David K. The Process of Communication, An Introduction to Theory and Practice (N.Y. Holt. Rinehart and Winston, 1963.
- Bernard, L.L.: Intrduction to Social Psychologyd. 1926.
- Barqhroon, Charles. Information the People, New York. Pennsylvania State University, 1958.
- Christinson, Reo and Mc Williams, Robert, The Voice of the peoole, New york, Dodd Medd and Company, 1970.
- Condon, John G.: Semantic and Comm.
- Gloring. A, and Wheeler, An Introduction to the Indu- strial Noise Problem Illinois, Medical, Journal, 107 (1) 1955.
- Gibb, A. R. Hamilton, Studies on the Civilization of Islam. London, R, Poulk Routled and Kegan, Paul Limited 1962.
- Hacking: The Meaning of God Experience.
- Katz, Elihu and Lazarfeld, Personal Inf luenec, Illinois, The Free Press, 1955.
- Kenneth, K, Sereno, and David, Mortonsen, Foundations of Comm Theory, New Youk, Harper, Row, 1970.
- Krech, David and Krutchfield, Theory and Problems of Social Prychology, Bombay, Mu Graw Hill Publishing Company, 1948,
- Claude, Shannon, W. Weaver, Mathematical Theory of Communication, Urbana, University of Illinois Press. 1964.
- Schramm. Wilbur, Information Thoory and Mass Comm- unication, Journalism qurterly, Spring, 1955.
- Westley, Bruce, Malcoln Macleam, A Conceptual Model for Communication on Research, Journalism, qnarterly, 1957, Vol. 84.

القسم الثالث

العروة الوثقى

دراسة تطبيقية لمقومات نجاح

الصحافة الإسلامية

تمهيد:

كان ظهور العروة الوثقى تلبية لحاجة العالم الإسلامى إلى صحيفة تساير عصرها، وتعبر عما يجيش فى خواطره، وتناقش مشاكله، وتتعرض لآماله وتطلعاته، وتستحثه للدفاع عن نفسه، والإجتماع حول وحدته، وتخطى عوامل تخلفه.

وحينما ظهرت العروة الوثقى، كانت الظروف كلها مهيأة لنجاحها ، محررون على أعلى مستوى من الوعى السياسى، والنضج الفكرى، وعالم إسلامى يتمخض عن مستقبل مشرق، وإستعداد للثورة على الإستعمار، وحنين للعودة إلى مبادئ الدين الإسلامى الصحيحة.

ولم تكد هذه الصحيفة تعلن عن ظهورها، حتى تصدت لها قوى البغى، التى خططت لنفسها أن يظل العالم الإسلامى فى غفوته وكبوته، حتى يتسنى لها الاستيلاء عليه، وإخضاع ما تبقى منه لنفوذها، وكان وجود هذه الصحيفة من شأنه أن يعرقل مخططانهم، ويفسد دسائسهم. ولذلك حوربت وتعرضت لشتى أنواع الإضطهاد من حرمان من دخول الأمصار الإسلامية، وفرض غرامة كبيرة على من توجد عنده، ومنع الصحف الأخرى من أن تنقل عنها، وتحريض صحف أخرى على تشويه ما تقدمه، أو تفسيره وفقا لما يخدم المصالح الإستعمارية.

ولهذا كله لم يقدر لهذه الصحيفة البقاء طويلا، إذ صدر العدد الأول منها فى ١١ مارس ١٨٨٤، والعدد الثامن عشر والأخير فى ١٧ أكتوبر عام ١٨٨٤، ورغم أنها فترة قصيرة لا تقاس بالنسبة لعمر الصحف إلا أن هذه الصحيفة استطاعت خلال هذه الفترة المحدودة أن تصل إلى درجة كبيرة من الإنتشار، فقد كانت تقرأ فى كل من مصر، والهند، وتركيا، والجزيرة العربية، وسوريا، والعراق، وإيران، وأفغانستان، فضلا عن الصحف الأخرى التى كانت تترجم مقالاتها.

ومنذ توقفها عن الصدور وحتى الآن لم تستطع أية صحيفة أن تحتل هذا الفراغ، وأن تتخطى الحدود الإقليمية، وتصل إلى مثل هذه الدرجة من الانتشار والتأثير العالمى.

ومن هنا تأتى أهمية دراسة العروة الوثقى، من حيث كونها وسيلة تستخدم مادة معينة للوصول إلى جمهور معين، ولغرض محدد، للوقوف على العوامل التى ساعدت على نجاحها كصحيفة إسلامية عالمية.. حتى يمكن بالتالى تحديد الأسس التى يمكن أن تحذوها الصحف الأخرى لتصل إلى مثل هذه الدرجة من الانتشار، وتحقق ما حققته من نجاح.

وكان من أهم المناهج التى تساعد على الوفاء بمتطلبات هذه الدراسة منهج تحليل المضمون، الذى يعطى الفرصة لتحليل المعلومات والأفكار التى تناولتها المجلة تحليلا علميا يمكننا من معرفة الموضوعات التى تناولتها، والأفكار التى ركزت عليها فى إطار كل موضوع منها، وإلى أى مدى اتفقت هذه المادة مع ما ارتسمته لنفسها من أهداف، ومع أهداف الجمهور الذى تخاطبه، كما تمكننا من التنبؤ بالمقومات الأساسية للقائمين بالإتصال، وذلك من خلال ممارسة العاملين فيها لعملية الإتصال ومدى تفهمهم لخصائص الوسيلة التى يستخدمونها.

وعلى أية حال، فإن إستخدام هذا المنهج أمر أساسى لتقييم وسائل الإعلام تقييما علميا.. وإذا كانت السنوات العشر القادمة سوف تتمخض عن الدعوة إلى استخدام وسائل الإعلام استخداما يجعلها فى خدمة جماهيرها، ولصالح التنمية السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، فإننا سنكون فى حاجة ماسة إلى دراسة وتقييم وسائل الإعلام المصرية، وتحديد مدى خدمة هذه الوسائل لجماهيرها، حتى نستطيع ونحن نخطط لهذه الوسائل أن نتلافى أوجه القصور والسلبيات التى عاقتها دون القيام بمسئولياتها فى كل مجال من المجالات.

ففى مجال الفكر السياسى نحن فى حاجة إلى معرفة موقف هذه الوسائل من قضية فلسطين، والوحدة العربية، والقضايا السياسية الدولية المعاصرة، وما هى الصورة التى تقدمها لجماهيرها عن كل من إسرائيل وروسيا وأمريكا وأوروبا والدول العربية وباقى بلدان العالم؟ وما هى مواقفها من قضايانا؟ وأساليبها الدعائية التى تستخدم ضدنا؟. وما هى الصورة التى تغرسها فى نفوس قرائها عن مصر؟ وما مدى نجاحها فى زيادة درجة المساهمة السياسية لجماهيرها وتبصرتهم بالقضايا والحقائق

السياسية المتعلقة بالوضع الداخلى؟ ودرجة الملائمة بين مصالح الجماهير والحكام؟. وما هى الأهداف السياسية التى تعمل من أجلها؟ وما هى صورة مصر فى الصحافة العربية وصحافة العالم؟ وكيف عملت وسائلنا الإعلامية على تصحيح هذه الصورة؟.

كما أنه يمكن باستخدام هذا المنهج ونحن بصدد التأريخ للثورة تحديد دور الصحافة فى التمهيد للثورة، وكيف واكبتها؟ وكيف تعرضت للقضايا التى فجرتها؟ ودورها تخفيف التوتر الناجم عن هذا التغيير. وإلى أى مدى نجحت فى تسليط الأضواء على قادة الثورة؟ وفى ربط الفكر الثورى بمشاعر الجماهير؟ كما أنه يمكن من خلال هذه الدراسات معرفة الجذور العميقة للفكر الناصرى، ولفكر الرئيس أنور السادات، والعوامل التى ساهمت فى تكوينهما الفكرى، ومواقفهما تجاه القضايا المحلية، والعربية، والدولية، ومدى ثبات هذا الفكر؟ ودرجة تعبيره عن مطالب الجماهير؟ وإرتباطه بظروف البيئة قبل قيام الثورة وبعدها ومدى صلة هذا الفكر بالقرارات التى اتخذت؟.

أما فى المجال الإقتصادى فنحن فى حاجة إلى دراسة موقفها من قضايا التصنيع؟ والتنمية الزراعية؟ وكيف عملت على نشر الأساليب الزراعية الحديثة؟ وعلى نشر الوعى الاستهلاكى والصحى؟ وموقفها من تنظيم الأسرة؟ ومن نشر القدرة على الابتكار وتقدير المال العام ومقاومة الانحرافات، وكيف تناولت القضايا الاجتماعية الناجمة عن التصنيع، والمشاكل الأخرى، أبا لوعى والاحساس بالمسئولية وتقديم الحلول الإيجابية أم بمجرد التهليل والتهويل والإثارة؟ وفضلا عن ذلك فنحن فى حاجة إلى دراسة موقفها من قضايا الحياة اليومية، كالاسكان والتموين، والمواصلات.

كما أننا فى مجال الفكر الدينى فى حاجة إلى معرفة مدى قيام هذه الوسائل بنشر الوعى والإحساس بالدين، وطريقة تناولها للقضايا الدينية، ومدى اهتمامها بها وما هى العوامل التى تؤثر على مدى وكيفية تناول وسائل الإعلام للقضايا الدينية والصورة التى تغرسها فى نفوس جماهيرها عن رجل الدين، ومدى مقاومتها

للتعصب والإنحراف الديني، وبالإضافة إلى ذلك فإننا في حاجة إلى دراسة منطق القرآن في إعداد الدعاة، وما هي المقومات الأساسية للرسالة الإعلامية في القرآن، ومنطق القرآن في الدعوة والاقناع، وتاريخ الدعوة الدينية منذ عهد الصحابة رضوان الله عليهم حتى الآن.. وكيف يمكن الاستفادة من ذلك في التخطيط للدعوة الدينية، وفي إعداد الدعاة. وفي العودة بالمسجد إلى ممارسة مهامه الأساسية التي كان يمارسها في صدر الإسلام، وتحديد رسالته الإعلامية، وقبل هذا وذاك نحن في حاجة إلى البحث عن وسائل للاستفادة من خصائص كل من نظامي الاتصال الشخصي والجماهيري، وإيجاد الروابط التي تربط بينهما بما يجعلهما يسيران في دائرة واحدة ولصالح الجماهير؟.

وإذا كنت قد أخذت زمام المبادرة وقمت باعداد هذه الدراسة من واقع هذا المفهوم فإن الوفاء بكل ما تتطلبه هذه الموضوعات من أبحاث لن يكون في مقدرة شخص بمفرده، فقد ظلت وسائل الإعلام حتى هذه اللحظة دون تقييم علمي شامل: ولكي نقوم بهذا التقييم، وبالتالي بوضع الخطط التي تساعد وسائل الإعلام على تلافي أوجة القصور والسلبيات لابد من أن تتضافر جهود كلية الإعلام وأقسام الصحافة بكلية اللغة العربية، وكلية الآداب بسوهاج، مع جهود الهيئة العامة للاستعلامات بوزارة الإعلام، وذلك لإعداد تقييم علمي شامل لوسائل الإعلام على أن تختص كلية الإعلام بدراسة الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ويقصر قسم الصحافة بآداب سوهاج جهوده على الموضوعات الخاصة بالبيئة المحلية، ويتناول قسم الصحافة بكلية اللغة العربية الجوانب الخاصة بالإعلام الديني، أما الهيئة العامة للاستعلامات فتختص بدراسة الموضوعات المتعلقة بالصحافة العالمية من حيث طريقة تناولها لقضايانا وأساليبها الدعائية، .. وذلك كخطوة نحو إنشاء معهد أبحاث متخصص لدراسات تحليل المضمون تكون مهمته متابعة وتقييم وسائل الإعلام المصرية والعربية في كافة تلك المجالات.

الفصل الأول
ظروف العصر

فى بداية منتصف القرن ١٩، وعلى التحديد فى سنة ١٨٥٧ تم للانجليز الاستيلاء على الهند سياسيا وانتقلت سلطة الحكم رسميا من شركة الهند الشرقية إلى التاج البريطانى، وزالت بذلك إحدى الدول الإسلامية الكبرى التى قامت فى مستهل القرن السادس عشر الميلادى، وهى دولة المغول فى الهند، أو الدولة التيمورية (نسبة إلى تيمور لنك مؤسس هذه الأمبراطوية الإسلامية) فى آسيا الوسطى. أما الدولتان الأخريان إذ ذاك فهما الدولة الصفوية فى إيران، ودولة الأتراك العثمانية فى آسيا الصغرى وشرقى أوربا (١).

كما تم فى السنة نفسها، وهى سنة ١٨٥٧ إستيلاء الفرنسيين على الجزائر كلها إلى الصحراء، بعد أن ابتدأوا غزوها سنة ١٨٣٠. كما تم للانجليز الاستيلاء على مصر سنة ١٨٨٢م.

ولم يكد القرن التاسع عشر ينتهى حتى كان الإستعمار الغربى قد تمكن من السيطرة سيطرة تامة على المسلمين فى آسيا، وشرقيها، واتخذ له نقطة إرتكاز قوية فى أفريقيا، كما تمكن من مد نفوذه إلى قلب العالم الإسلامى، ومركزه الرسمى فى منطقة الشرق الأدنى ـ وبذلك طوق العالم الإسلامى من الشرق والغرب، وسلط ألاعيبه ودسائسه على بقية التجمعات الإسلامية الأخرى بين هذين الطرفين... وماجاءت الحرب العالمية الأولى وانقضى أجلها، حتى أصبح العالم الإسلامى كله تحت نفوذ هذا المستعمر.

وقد حاول الاستعمار الغربى أن ينفرد بالتوجيه داخل الشعوب الإسلامية، ورغم ما بذله فى سبيل تفرده بذلك من مال وسلطة ودهاء سياسى، وتبشير بالفكر الأوربى، وبالمسيحية، وتيئيس للمسلمين فى صور شتى، فى مستقبلهم، وعلاقتهم بإسلامهم، فقد وجد مقاومة له ومعارضة (٢).

وقد أخذت المقاومة للاستعمار طابعا سياسيا، ولكن «قامت علي توجيه إسلامى وعلى فكرة إسلامية أصيلة»(٣).

وكان جمال الدين الأفغانى أول من أدرك ما تنطوى عليه سياسة التوسع الغربى من تهديد لاستقلال دول الإسلام، فحاول تعبئة الجماهير روحيا، وأكثر من مراجعة ملوك الإسلام؛ منذرا إياهم بما يتهددهم ناصحا باتخاذ ما يلزم من وسائل الدفاع، كما أخذ ينشر أفكاره السياسية محاربا تدخل بعض الدول الغربية فى شئون الأمم الإسلامية، خصوصا فى مصر والهند (٤).

وكانت حادثة الإحتلال الإنجليزى لمصر أكثر من نذير سوء، ويصور جمال الدين هذا الحادث على أنه كارثة على العالم الإسلامى، وقد أهاب بالمسلمين بباعث من دينهم أن يتكاتفوا لدفع بلاء هذا الاحتلال يقول (٥) .

«إن الحالة السيئة التى أصبحت فيها الديار المصرية لم يسهل احتمالها على نفوس المسلمين عموما.. إن مصر تعتبر عندهم من الأراضى المقدسة ولها فى قلوبهم منزلة لا يحلها سواها نظرا لموقعها من الممالك الإسلامية... إن الفجيعة بمصر حركت أشجانا كانت كامنة وجددت أحزانا لم تكن بالحسبان».

إنشاء مجلة العروة الوثقى:

وقد دفعت هذه الرزايا الأخيرة التى حلت بأهم مواقع الشرق كما يقول جمال الدين إلى إنشاء مجلة العروة الوثقى، ذلك أنها «أيقظت أفكار العقلاء وحولت أنظارهم لما سيكون من عاقبة أمرهم، مع ملاحظة العلل التى أدت بهم إلى ماهم فيه، وقد تألفت عصابة خير من أولئك العقلاء لهذا المقصد الجميل فى عدة أقطار خصوصا البلاد الهندية والمصرية وطفقوا يتحسسون أسباب النجاح من كل وجه، ويوحدون كلمة الحق فى كل البقاع. لايتوانون فى السعى، ولا يقصرون فى الجهد.. واختاروا أن يكون لهم فى هذه الأيام جريدة بأشرف لسان عندهم وهو اللسان

العربى. وأن تكون فى مدينة حرة كباريس. ليتمكنون بواسطتها من بث آرائهم وتوصيل أصواتهم إلى الأقطار القاصية (٦).

وقد أخذ جمال الدين على عاتقه إنشاء هذه المجلة، وهى مجلة أسبوعية عربية، كان هو مدير سياستها، والشيخ محمد عبده محررها، وكانت تتولى الإنفاق عليها جمعية اسمها العروة الوثقى ذات فروع فى الهند ومصر وغيرهما من أقطار الشرق(٧).

ولم يقدر لهذه المجلة البقاء طويلا، فقد صدر العدد الأول منها فى ١١ مارس سنة ١٨٨٤، والعدد الأخير فى ١٧ أكتوبر ١٨٨٤ ولم تصدر سوى ثمانية عشر عددا فقط.

أهداف العروة الوثقى:

كان الهدف من إصدار العروة الوثقى كما حدده صاحباها بأسلوبهما هو:

١ـ تحذير الشرقيين عموما، والمسلمين خصوصا من تطاول الأجانب عليهم، والإفساد فى بلادهم، والكشف عن المسالك الدقيقة التى يسرى بها الطامعون فى دياجير الغفلات.

٢ـ سكب مياه النصح على لهيب الضغائن لتلاقى قلوب الشرقيين عموما على الصفاء والوداد.

٣ـ بيان الواجبات التى كان التفريط فيها موجبا للسقوط والضعف.

٤ـ توضيح الطرق التى يجب سلوكها لتدارك مافات والإحتراس من غوائل ما هو آت.

أهداف الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة من خلال التحليل الشامل لاعداد مجلة العروة الوثقى الإجابة على الأسئلة الآتية:

١ـ إلى أى مـدى نجحـت صحيـفة العـروة الوثـقى فى تحـقيق الأهـداف المنـوطة بإنشائها؟

٢ـ ما هى المـوضوعات التى ركـزت عليها الصـحيفة أكثـر من غيرها خـلال فترة صدورها؟

٣ـ إلى أى مدى نجحت فى استخدام الامكانيات الصحـفية وفى تفهمها لوظائفها الإخبارية؟

٤ـ ما هى المقومات الأساسية لنجاح العروة الوثقى كمجلة إسلامية عالمية؟

مراجع الفصل الأول

(١) د. محمد البهى: «الفكر الإسلامى الحديث وصلته بالإستعمار الغربى» مكتبة وهبه ١٩٧٥ط ٨ ص ٢٧.

(٢) مرجع سابق: ص٢٨.

(٣) مرجع سابق: ص ٦٧.

(٤) مجوعة العروة الوثقى ص ١٥.

(٥) مجموعة العروة الوثقى ص ٤٤.

(٦) مجموعة العروة الوثقى ص ٤٦.

(٧) مجموعة العروة الوثقى ص ٢٤.

الفصل الثانى
دراسة تحليلية للموضوعات التى تناولتها
العروة الوثقى خلال فترة صدورها

كانت أهم الموضوعات التى تناولتها صحيفة العروة الوثقى خلال فترة صدورها حسب أهميتها هى:

١ـ مقاومة الاستعمار الغربى.

٢ـ الدعوة إلى الجهاد.

٣ـ أسباب تخلف المسلمين.

٤ـ الوحدة السياسية.

وسنحاول فيما يلى من صفحات التعرض لكل من هذه الموضوعات وذلك على النحو الآتى:

أولا: مقاومة الاستعمار الغربى

لم يكن لجمال الدين الأفغانى من هدف سوى مقاومة الإستعمار الغربى وخاصة الإنجليزى، الذى عمد بكل الوسائل والطرق إلى فضح سياسته وكشف أساليبه الملتوية والتركيز على نقاط ضعفه وحث المسلمين على مقاومته وتشجيع الحركات الثورية وبيان سوء موقفه الدولى ودعوة الدول الأوربية بحكم مالها من مصالح فى المنطقة إلى مقاومته ودعوة الدولة العثمانية بحكم مالها من سلطان هائل على المسلمين إلى استغلال هذا والتلويح به لزلزلة قلوب الإنجليز.

وعندما استهدفت العروة الوثقى أيضا تحقيق باقى أهدافها فقد تناولتها من خلال هذه الزواية، فعندما دعت المسلمين إلى الوحدة ركزت على مدى أهميتها لمقاومة الإستعمار الغربى. وعندما ناقشت أسباب تخلف المسلمين، كان هدفها تحديد

الأسباب التى أدت إلى ضعفهم، وبالتالى إلى طمع الأوروبيين فيهم حتى يمكن تلافيها ومقاومتهم وأيضا عندما حثت المسلمين على الجهاد فقد كان موجهاً أساساً ضد الإستعمار الغربى وخاصة الإنجليزى.

ويرجع حرص جمال الدين على مقاومة الاستعمار الإنجليزى إلى احتكاكه المباشر به فى مصر والهند.

ففى مصر فى المدة الواقعة بين مارس ١٨٧١ و٢٤ أغسطس ١٨٧٩ عاصر جمال الدين بعثةCave سنة ١٨٧٥التى وفدت إلى مصر لفحص ماليتها وإنشاء مصلحة للرقابة المالية يخضع الخديوى لمباشرتها، وهى تلك الرقابة التى تمثلت فى صندوق الدين الذى أنشىء سنة ١٨٧٦ كما قامت بانشاء نظام الرقابة الثنائية لمراقبة مصروفات الحكومة من اثنين أحدهما إنجليزى والآخر فرنسى وإنشاء لجنة مختلطة لإدارة السكك الحديدية وميناء الاسكندرية ثم تطورت الرقابة الثنائية إلى تأليف وزارة مختلطة برئاسة نوبار باشا المنحدر من أصل أرمنى يدخلها وزير إنجليزى لوزارة المالية وآخر فى وزارة الأشغال ثم كان الاحتلال البريطانى الرسمى لمصر فى سنة ١٨٨٢ أى بعدما أبعد جمال الدين عن مصر فى سنة ١٨٧٩ ولكن إذا عرف أن إبعاده عن مصر قبل الاحتلال بثلاث سنوات كان بمشورة القنصل الإنجليزى (المستر فيفان) على الخديوى توفيق إذا عرف هذا ربما يتضح مقدار النفوذ الأوربى الممثل فى النفوذ البريظانى بمصر على عهد إقامة جمال الدين بالقاهرة والتهمة التى وجهت إليه لابعاده كانت أنه يرأس جمعية من الشبان ذوى الطيش تجتمع على فساد الدين والدنيا.

أما احتكاك جمال الدين المباشر بالسلطة البريطانية فى الهند فيتضح من زياراته الثلاث لهذه البلاد. وقبل هذا وذاك كان احتكاكه بهذه السلطة على عهد تنازع الأسرة المالكة فى أفغانستان على الحكم بتشجيع الدسائس الإنجليزية وقد اضطر هو إلى الرحيل تحت ضغط هذه الدسائس من أفغانستان إلى الهند.

وكان العامل الأكثر إثارة بالنسبة لجمال الدين هو الاحتلال الانجليزى لمصر التى

رأى فيهـا موقعا من أهـم المواقع الإسلاميـة وباب الحرمين الـشريفين «فـإن كان هذا الباب آمنا كانـت خواطر المسلمين مطمـئنة على تلك البقاع وإلا اضـطربت أفكارهم وكانوا فـى ريب من سلامـة ركن عظيم مـن أركان الديانة الإسـلامية... وهو يـهيب بالمسـلمين بباعـث من دينهم أن يتكاتفوا لدفـع بلاء هذا الاحتلال يقـول: «إن الخطر الذى ألـم بمصر نفـرت له أحشاء المـسلميـن وانكلـمت منه قـلوبهم ولا تـزال آلامه تسـتفزهـم ومازال الجرح نقـارا... إن الفجـيعة بمـصر حركـت أشجانا كـانت كامـنة وجددت أحزانا لـم تكن فى الحسبان (٢).

ومن هنا تتضح لنا مدى الأهمية الكبـرى التى أولاها جمال الدين الأفغانى لمقاومة الإستعمار الغربى ولهذا فقد تناول موضوع هذه المقاومة من خلال العروة الوثقى فى ١٠٢ موضعا خلال فترة صدورها وذلك على النحو الآتى:

١) يتحدث عن سـياسة إنجلترا فى الشرق وكيـف أنها إحتلت مصر بحـجة تأمين باب الهند، ثم أخذت تدعم لنفسها فيها وذلك بـاستبدال العساكر الوطنية بالإنجليزية ومحاولة إحتلال السودان ويقول إن هذه لـم تكن سـوى حجة واهية فباحتلالهم مصر أعطوا الفرصة للحـركة المهدية فى السودان للانتشار وعجزوا عـن اطفائها.. ثم اتجاه روسيا لاحتلال الهند واصطلحت لاجل ذلك مع النمسا.. وهذا الاتجاه قد أثار الفزع فى انجلترا (٣).

٢) يتحدث عن مصر وعـما وصلت إليه من تقدم وإزدهار وطمأنـينة خلال حكم محمد عـلى وتغير الحال بـعد ذلك لظهور الدسـائس والاختلاف مما أعطـى الإنجليز الفرصة لاحتلالـها لتأمين الطريق إلى الهـند بحجة تثبيت الأمن... ثـم يسرد ما قاموا به من أعمال القتل والتـخريب والتدمير وتحميل ميزانية البلاد بالأعـباء بحجة وقايتها من العجز وإلغاء الجـيش الوطنى وطرد الموظفين من دوائر الحـكومة.. وسحق الحرية الشخـصية وقد أدى هـذا إلى انتشـار الفوضى وافـتقاد الأمن وأن هـذا ليس مقـدمة لإصلاح البلاد كمـا يدعون، ثم أن الدولة التى تـدعى هذا دخلت بلاد النبـجاب منذ أربعين سنة ولم تزل إلى الآن حكومتها عسكرية ومازال الإصلاح منتظرا فيها (٤).

٣) يروى عن مراسل التايمز ما ظهر له من أنه يوجد جمهور كبير من الأهالى ينفر من سلطة الانجليز. ويعلق هو على ذلك بأنه خجل أن يقول جميع الأهالى (٥).

٤) يروى عن الجرائد الانجليزية عزم الخديوى توفيق على الاستعفاء من منصبه ويعلل ذلك بأنه بسبب إلحاح الانجليز عليه لطلب الحماية البريطانية (٦).

٥) يتحدث عما فعل جوردون باشا بعد إعادة تعيينه حاكما عاما للسودان من قبل الحكومة الانجليزية من وسائل لاستمالة قلوب الأهالى. وقد فشل فى ذلك ويتعجب من أن الحكومة الانجليزية ذهلت عن أن ثورة دينية لايمكن إطفاؤها بيد من يخالف الثائرين دينا وشكلا ولغة (٧).

٦) يشير إلى رد عثمان دجمة على وكراهام قائد جيش الإنجليز فى جبهة سواكن والتى أعلنه فيها أنه لا واسطة بينهما إلا السيف وكل من يساعده فإنه سيحارب بسيف الإسلام (٨).

٧) يشير إلى تخبط السياسة الإنجليزية فى مصر ما بين سياسة الأناة والتؤده واستخدام القوة.. وأن هذا الغموض أثار الخلاف بين الوزراء الإنجليز وهدد بسقوط الوزارة ويقول إنه فى حالة إذا ما لجأت الحكومة الإنجليزية إلى عساكر من الهند فهذا سيعتبر دليلا على ضعفها مما سيجرأ الهنديين على حامية الهند وخلال هذه الفترة سيمكن لمحمد أحمد المهدى تدعيم قواته. ويقول إن للأوروبيين حقوق فى مصر ولن يسمحوا بضياع مصالحهم فالمسائل المصرية لها هيئه دولية... ولايمكن القطع فى شىء منها إلا باتفاق أوروبا وسيحكم الزمان بأن إخماد الفتن وحفظ حقوق الأوروبيين لن يتم إلا على يد المصريين (٩).

٨) يشير إلى الأخبار الواردة بخصوص مهاجمة الإنجليز لقوات عثمان دجمة بالقرب من سواكن وهزيمتهم.. وما عرضوه من مكافأة لمن يأتى برأسه ويعلق بأنه لا يعتقد بوجود من يقبل ذلك (١٠).

٩) يتحدث عن حركة السودان وكيف أنـها وجدت صداها فى الاضطرابات التى حصلت فى بخارى رغم بعد المسافة وأنه لـيس هناك ما يمنع من حدوث إضطرابات فى مصر أيضا وحينئذ لا قبل للإنجليز بمقاومتها (١١).

١٠) يشير إلى التـواء سياسة الإنجليز فى مصر وتـذبذبها ويناقش ما قالتـه صحيفة «الديلى نيون» من عـزم الحكومة إعلان الحماية على مصر رسميـا واحتمال معارضة النواب الأحرار فى البرلمان لذلك (١٢).

١١) يتعرض لما أثير فى جلسة البرلمان والاقتراح الخاص بأن يقتصر الاحتلال على الشواطىء الشـمالية وشواطىء البحر الأحـمر ومنطقة الخرطوم وتـرك باقى السودان لأهله يحكمه صغـار السلاطين القدماء.. وتعليق جريدة «الطـان» بأن ذلك تغييرا فى سيـاسة الإنجليـز.. وأن الغرض هـو منح مصـر جهاديـة منظـمة وإدارة قوية وقـضاءً عادلا(١٣).

١٢) يناقش مـا أثاره الباب العالـى من اعتراض على تـصرفات الإنجليز فـى مصر ويقـول إن الغرض إذا كـان إظهـار الحجج فـهى لن تجـدى لدى دول أوروبـا ثـم إن إنجلترا إعتادت السلاطين (١٤).

١٣) يقول إذا كان غـرض الإنجليز هو إقرار العـدل والسلام فما بال الأيـرلنديون يثورون على الحكم الإينجليزى ويفتكون برجاله (١٥).

١٤) يتـحدث عن إنتـصار الفـرنسيـين فى تونـكين بـالصيـن ويقول إن مثـل هذه الفتوحات لا تسلى أحزان الفرنسيين ولا تعزيهم عما خسروه فى مصر (١٦).

١٥) يشير إلى زيارة إمبراطور روسيا لألمانيا وأنها ستطلق يده فى آسيا (١٧).

١٦) يتـحدث عن الاضـطرابات فـى أيرلنـدا ويؤكـد مدى ارتبـاك الإنجليـز هذه الأيام(١٨).

١٧) يـقول إن دعـاية الإنجـليـز لم تـؤثر عـلى الحـركة المـهدية ولم تـمنعـها مـن الانتشار(١٩).

١٨) يشير إلى ما يتردد من ضيق السجون المصرية بالمساجين مما إضطر الحكومة إلى الإفراج عن أرباب الجنايات (٢٠).

١٩) يشير إلى ما يتردد من أن عزل توفيق سيفتح للدول الأوروبية الباب لإعادة المراقبة المشتركة فى مصر وذلك لعجز إنجلترا عن إقرار الراحة فى البلاد (٢١).

٢٠) يتحدث عن المشكلة المصرية وعجز الباب العالى عن عمل شيء واستسلام ولاة الأمر ومحاولة الانجليز القضاء على الحركة المهدية والوفاء بعهدهم لأوروبا وما يضمرونه لأنفسهم فيها، ثم ينتقل إلى الحديث عن سوء أوضاع الإنجليز فى السودان وانقطاع الاتصال بين القوات الإنجليزية والحكومة وينتقل إلى الحديث عما طالبت به الجرائد الفرنسية حكومتها من إحتلال لجزيرة «دبس» المتسلطة على سواحل البحر الأحمر تجاه صنوع وذلك لحماية طريق تجارتها (٢٢).

٢١) ينتقد الشيخ الميرغنى الذى ينادى بطاعة الإنجليز ويتهمه بأنه ليس من العلماء ولا من العارفين بطرق الإرشاد (٢٣).

٢٢) يتحدث عن فشل محاولات فك حصار القوات المهدية للخرطوم وأن الاستيلاء عليها سيمهد لها طريق الانتشار حتى أسوان (٢٤).

٢٣) يشير إلى سوء معامله الإنجليز لتركيا وتدخلهم فى شئونها الداخلية (٢٥).

٢٤) يتحدث عن مطالبة جريدة التايمس حكومتها إعلان الحماية على مصر ويقولون إن المصريين سيسرون لذلك ويعلق بأنه لا يعقل مسرتها من طرد حاميتها الوطنية بل ينزعجون غاية الانزعاج (٢٦).

٢٥) ينتقد لجوء الشرقيين إلى إقامة الحجج والبراهين والاكتفاء بذلك (٢٧).

٢٦) يتحدث عن إتجاه القوات الإنجليزية لتعسكر فى ثمانية بالسودان وأن هذا من شأنه أن يزيد من انتشار الدعوة المهدية (٢٨).

٢٧) يشير إلى حسن معاملة محمد أحمد المهدى للرهبان المسيحيين وأن هذا من شأنه أن يزيد من انتشار دعوته (٢٩).

٢٨) يتحدث عن المصاعب التى تلقاها القوات الإنجليزية فى السودان وعن سيطرة الروس على «مرو» واستعدادهم للاتجاه نحو الهند (٣٠).

٢٩) يشير إلى الرهبة التى كانت للانجليز فى قلوب الشرقيين والتى بددتها حوادث السودان ويستحث العثمانيين إلى مقاومتهم خاصة وأنهم يحكمون على قلوب خمسين مليونا يدينون لهم بالولاء. وأن ما على الإنجليز سوى تفويضهم وأولى العزم من المصريين للقضاء على فتنة السودان (٣١).

٣٠) يتحدث عن عزم الباب العالى الدخول فى محادثات ودية مع الإنجليز لتسوية المسائل المصرية السودانية وأنه سيعارض موضوع الحماية (٣٢).

٣١) يشير إلى فشل الإنجليز عند قرية ثمانية بالسودان وعجزهم عن تحقيق الاستقرار به وإتجاههم لمحالفة سلطان الحبشة مقابل جزء منه(٣٣).

٣٢) يشير إلى ميل القوات المصرية إلى المهديين وعدم قتالهم الجدى حتى اتهموا بالجبن وهم فى الواقع لا يقاتلون لصالح الأجنبى (٤٣).

٣٣) يشير إلى أن القائم بالدعوى المهدية لا نهاية لطموحه سوى احتواء العالم الإسلامى.. وأنه لايكافح قواته ويقاومه سوى قوة دعوة إسلامية ولن يكافحه إلا رجال مسلمون (٣٥).

٣٤) يتحدث عن قصة هيكل كان خارج مدينة إصطخر وكان يموت كل من يأوى إليه وعندما اشتهر أمره رعب أحد اليائسين فى الموت فبات ليلته بداخله ولم يمت فعرف الناس أن هلاك من هلك إنما كان بسبب الفزع ويمثل بذلك لبريطانيا (٣٦).

٣٥) يتحدث عن اللطف واللين التى اتبعتها إنجلترا فى الهند حتى استولت عليها وسياسة القوة التى تتبعها فى مصر.. وتضييقها الخناق على الحكومة الأمر الذى قد يدفع علماء الأزهر إلى تأييد المهديين مما يؤدى إلى إنتشار حركتهم (٣٧).

٣٦) يتحدث عن فشل حملة جوردن وإنتشار المهدية ويدعو إنجلترا لاستقدام قوى الشكيمة من المسلمين لنشر السلم وتمكين الراحة (٣٨).

٣٧) يشير إلى إتجاه إنجلترا لمحالفة سلطـان الحبشة لحرب المهديين مما قد يؤدى إلى حرب صليبية [٣٩].

٣٨) يشير إلـى مستر «بلونـت» الذى يطالب باستقلال مصر وضمـان الدول من بينها إنجلترا لهذا الاتفاق [٤٠].

٣٩) يتحدث عن نعومة السياسة الإنجليزية فى مصر وقت الشدة [٤١].

٤٠) يعـلق علـى عزل إنجـلترا لـلمهـدى من لـقب الإمارة وتـسميته بـشيخ بـأنه أضحوكة [٤٢].

٤١) يشيـر إلى إختلاف الأنجـليز حول موقـفهم من إعلان الحـماية علـى مصر أو عدم إعلانـها وإلى إنتـشار المهدية ومـيل الهنـديين إليـها ويركز علـى مصالح فـرنسا والدول الأخرى فى المنطقة [٤٣].

٤٢) يشير إلى أخبار توقع سقوط الخرطوم [٤٤] وانتشار المهدية حتى أسوان.

٤٣) يناقش مـحاولة الإنجليز إجبـار الأهالى بالتوقيع عـلى عريضة بطلـب الحماية البريطانية لاتخاذها حجة لدى الدول ويهيب [٤٥] بالمصريين ألا يفعلوا.

٤٤) يشـير إلى ضعـف إنجلتـرا ولا مخرج لـها من الـسـودان سوى [٤٦] مساعدة فرنسا.

٤٥) يناقش محاولة الانجليز طلب مساعدة العثمانين فى القضاء على فتنة السودان لقـاء مبـلغ مـن المال... ويـهيـب بالـعثـمانيـين ألا يـفعـلوا قـبل أن يـسلـموا الـبلاد لأصحابها [٤٧].

٤٦) يشير إلى محاولة الإنجليز إثارة فتنة بيـن المصريين واليونانيين لاتخاذها ذريعة للبقاء فى مصر [٤٨].

٤٧) يتحدث عـن مؤتمر لندن لاقرار الأوضاع فـى مصر.. ويطالـب البـاب العالى بعدم الاشـتراك إلا بعد إحلال الـقوات العثمـانية بالإنجـليزية ويقـول أن بعض ذوى الرأى يرون تكوين جيش مختلط للقضاء على فتنة السوادن [٤٩].

٤٨) يشير إلى سياسة الأنجليز الداخلية وكيف أدت إلى سوء أحوال مصر وانتشار الفقر والظلم وإنعدام الأمن (٥٠).

٤٩) يتحدث عن اجتماع مجلس الوزراء المصرى لمناقشة السياسة الإنجليزية ويثنى على رياض باشا باعتباره أبصر أهل البلاد بعواقب الحوادث (٥١).

٥٠) يتحدث عن انتشار الحركة المهدية وأن خير وسيلة لاخمادها هى ترك البلاد لأهلها وتفويض صاحب الحق القانونى الأمر فى ذلك (٥٢).

٥١) يربط بين أسلوب الانجليز فى إحتلال سواحل نجد وأسلوبها فى مصر وينبه المصريين إلى هذه المشابهة (٥٣).

٥٢) يتحدث عن المساوىء التى ترتبت عى سياسة الإنجليز فى مصر وضعف ماليتها ودعوتها الدول أخيرا إلى مؤتمر لندن لمناقشة المسألة المالية ويقترح أن تتكفل هى يضمان حقوق الدائنين ويدعو الباب العالى إلى معارضة ذلك ويلفت نظره نحو ضعف الإنجليز وسيطرته على قلوب ملايين المسلمين (٥٤).

٥٣) يشير إلى منشور إنجليزى قديم يحرم الوظائف على المسلمين فى الهند (٥٥).

٥٤) يتحدث عما بين الدول الكبرى من خلاف حول موتمر لندن (٥٦).

٥٥) يتحدث عن سوء أوضاع الإنجليز من حيث إتجاه روسيا لاحتلال الهند ويدعو إلى تحالف الايرانيين والأفغانيين لتأييدهم. وإحتمال إنتشار الحركة المهدية فى الهند ومعارضة الدول الأوربيه لاحتلال إنجلترا لمصر ويدعو الدولة العثمانية إلى الاحتفاظ بحقوقها فى مصر (٧٥).

٥٦) يناقش سياسة إنجلترا فى الهند وما ترتب عليها من سوء الأوضاع بها، ويستحث المصريين على الثورة ومقاومة السياسة البريطانية (٥٨).

٥٧) يشير إلى مدير دنكلة الذى انضم إلى الثورة ويبرر ذلك بأنه إن صدق فى خدمته فسيعمل على زلزلة قدم الإنجليز (٥٩).

٥٨) يتعرض لأسلوب الإنجليز فى التمهيد لاحتلال أى بلد بإلقاء الرعب فى قلوب الأمراء.. فيتجنبون مقاومتهم والأمراء بذلك سبب البلاء (٦٠).

٥٩) يناقش السياسة الإنجليزية فى السودان وكيف أنهم ساعدوا الثوار عندما طردوا القوات المصرية منه.. وأعادوا افتتاحه تحت قيادة إنجليزية وقوات مصرية مما زاد حمية السودانيين. وفصلهم بعد ذلك للسودان عن مصر ثم إتجاههم لاعادة افتتاحه لأنفسهم.. وتربصهم إنتظاراً لموقف الدول حتى يعلنوا الحماية على مصر(٦١).

٦٠) يشير إلى تهديد جوردون باعتناق الإسلام إن لم تنصره حكومته ويقول إن هذه ليست سوى حيلة، ويشير إلى إمتداد الحركة المهدية إلى جرجا فى مصر (٦٢).

٦١) يتعرض لموقف زبير باشا وللرسائل التى بعثها مع أبنائه يطلب تسهيل وصول جوردون باشا إلى كورسكو وأنه لما أصابه على أيديهم لا يعقل أن يفعل ذلك(٦٣).

٦٢) يتحدث عن صراع الدول الكبرى بشأن الاحتلال الإنجليزى لمصر ومحاولاتها الاتفاق وتبادل المصالح قبل مؤتمر لندن ويقول أنه لابد من موافقة تركيا(٦٤).

٦٣) يشير إلى تأييد القياصرة الثلاث لعودة إسماعيل إلى مصر وأنه سيعمل على إخراج الانجليز منها (٦٥).

٦٤) يتحدث عن تمكن الروس من دخول سرخس برضاء التركمان كما تنبأ بذلك (٦٦).

٦٥) يتحدث عن عدم إقدام أصحاب الصحف المصرية لتغطية مؤتمر لندن مع أنهم أحق بذلك من غيرهم (٦٧).

٦٦) يشير إلى ثورة الأيرلنديين على الحكم الإنجليزى مع اتفاقهم فى الأصل فكيف يقول الإنجليز بأنهم عادلون (٦٨).

٦٧) يناقش الإتفاق الذى تم بين فرنسا وإنجلترا على إحتلال الأخيره لمصر وأنه سيلقى معارضة باقى الدول (٦٩).

٦٨) يتعرض لمواد الاتفاق ويناقشها من وجهة نظر شرقية مصرية (٧٠).

٦٩) يورد ماردته جريدة «الديلى نيوز» من أن الباب العالى يرفض أن يرى جيشا إنجليزيا يحتل مصر (٧١).

٧٠) يتحدث عن عداء الإنجليز للإسلام ورغبتهم فى السيطرة على مصر بكافة الوسائل ويستحث تركيا والدول الأخرى أن تعمل لصالحها وإعادتها إلى حوزة الدولة العثمانية. ويلاحظ هنا أن الأفغانى فى صراعه الصحفى كان يعمل على طرد الإنجليز والأجانب واستبدالهما برمز الدولة العثمانية لأنها على حد قوله صاحب الحق الشرعى (٧٢).

٧١) يتكلم عن مصر وأهميتها للإسلام وسكوت تركيا على ما يحدث فيها وما يجب على الدولة العثمانية وأنه بضياع مصر ضياعها (٧٣).

٧٢) يعيب على بعض الصحف الهندية تعنيفها للصحف التى تنتقد السياسة الإنجليزية. بل ومطالبة بعضها بمحو حرية الصحافة فى البنجاب (٧٤).

٧٣) ينافش أسباب دخول الأنجليز مصر.. وأن دخولهم أعطى الحركة المهدية فرصة الانتشار فى السودان والهند وأفغانستان وأن على تركيا تأييدها (٧٥).

٧٤) يقول إن المسألة المصرية أصبحت مسعرا للمسألة الشرقية وعلى تركيا إتخاذ موقف حازم حتى لا ينتهى الأمر بضياعها (٦٧).

٧٥) يناقش أسباب سقوط الهند وبلوخستان ومصر وكيف أنه عند سقوط كل منها لم تتحرك باقى الدول الإسلامية لمساندتها (٧٧).

٧٦) يتعرض لظاهرة إسلام العديد من الإنجليز فى الهند ويقول إن هذه خديعة جديدة إرضاءاً للمسلمين (٧٨).

٧٧) يناقش إتفاق الإنجليز مع ملك الحبشة ويدعو لمقاومته (٧٩).

٧٨) يناقش نتائج مؤتمر لندن وكيف استهدف الإنجليز الحصول على تأييد باقى الدول للاحتلال ويقلل من قوة الإنجليز ويدعو المصريين إلى الثورة ويتهم الدولة العثمانية بأنها بفرمان عصيان عرابى مهدت للإنجليز دخول مصر (٨٠).

٧٩) ينتقد توفيق لأنه أصبح أداة للإنجليز ويدعوه بإسم الإسلام إلى التنحى[٨١].

٨٠) يتعرض لادعاء الإنجليز بأنهم بسطوا الأمن فى مصر.. ونظرتهم لعامة الناس من أنها لا تفرق بين الأجنبى والوطنى.. ويحثهم على الثورة [٨٢].

٨١) يتحدث عن اللورد «نورث بروك» حاكم مصر الجديد ويناقش سياسته وتصرفاته فى الهند ويحذر منه [٨٣].

٨٢) يتحدث عن إحترام السياسيين لآراء صاحب الجريدة وأن جريدة «البال مال جازيت» أشارت إلى ذلك بتاريخ ٧/ ٨/ ١٨٨٣ [٨٤].

٨٣) يتحدث عن آثار تصرفات إنجلترا فى مصر على الدول الأوربية وغضبها وإنتشار حركة المهدى.. ويدعو الدولة العثمانية ألا تشارك بجيش مع الإنجليز فى إخماد الفتنة. وإنما لمحاربة الإنجليز وسيلقون تأييد كافة المسلمين كما يدعو المصريين إلى الثورة [٨٥].

٨٤) يشير إلى محاولة الإنجليز نشر المذهب الدهرى فى مصر والهند لتوهين عقائد المسلمين بنشر الأباطيل [٨٦].

٨٥) يتحدث عن سبب إغلاق جريدة الأهرام وهو ذكرها للوطنيين وأن هذا يثير نوبار باشا الذى يمهد لخلع توفيق وتعيين عباس القاصر بدله.. والحديث عن الوطنية من شأنه إثارة النفوس [٨٧].

٨٦) يشير إلى إخماد نوبار للأصوات الوطنية وتمهيد الفرص للإنجليز ويصفه بأنه ليس وطنى ولا مسلم ولا مصرى ويدعوا إلى اغتياله [٨٨].

٨٧) يناقش سياسة الإنجليز فى الهند وكيف أدت إلى خرابه وفقره [٨٩].

٨٨) يتحدث عن سوء علاقه الإنجليز مع بلدان أوربا وتهيؤ روسيا لإحتلال الهند واستعداد المسلمين للثورة عليهم.. وانتشار الحركة المهدية [٩٠].

٨٩) ينتقد حسن إستقبال توفيق لنورث بروك ويتساءل عما يرجوه من ورائه[٩١].

٩٠) يشير إلى التقارب الذى تم بين روسيا وألمانيا وفرنسا ضد انجلترا [٩٢].

٩١) يتحدث عن سياسة الانجليز فى السيطرة على الأوفاف حتى يخضعوا المدارس والمساجد لنفوذهم فلا يقولوا إلا ما يريدون [٩٣].

٩٢) يؤكد وجود إختلاف بين فرنسا وإنجلترا واحتمال إشتباك عسكرى بينهما وهزيمة إنجلترا [٩٤].

٩٣) يتحدث عن إتجاه الدول الكبرى للمحافظة على مصالحها فى مصر ويتساءل عما يمنع الدولة العثمانية من مجاراة الدول الكبرى [٩٥].

٩٤) يشير إلى فشل إنجلترا فى تحوير قانون الماليه المصرية لمعارضة باقى الدول [٩٦].

٩٥) يتحدث عن تعامى بعض الناس فى مصر عن سياسة إنجلترا [٩٧].

٩٦) يستحث الدولة العثمانية لاستغلال فرصة غضب الدول على إنجلترا ومساعدة المصريين لطرد الإنجليز من مصر [٩٨].

٩٧) يشير إلى إتجاه الإنجليز إلى تشجيع العقائد الضالة والعمل على نشرها وذلك لتوهن عقائد المسلمين وإضعاف الصلات بينهم ومن هذا تشجيعهم للدهريين فى الهند وتبنيهم لهم [٩٩].

٩٨) يتكلم عن الحركة المهدية وإنتشارها.. ورضاء السلطان عنها وأنه أصدر التنبيهات إلى جميع المؤمنين فى تلك الأطراف بأن يتجنبوا محاربتها ويحاربوا الإنجليز [١٠٠].

٩٩) يدعوا الأفغانيين إلى الاتفاق مع الايرانيين وموالاة الروس فى محاولاتهم لاحتلال الهند وذلك لاضعاف الإنجليز [١٠١].

١٠٠) يشير إلى سوء موقف الإنجليز بسبب محاولة روسيا الإستيلاء على الهند ونجاح الحركة المهدية وحقد الدول الأربعة عليها ويدعو العثمانيين إلى مقاومتهم [١٠٢].

١٠١) يدعو الفرس والأفغان إلى الاتحاد وموالاة الروس (١٠٣).

١٠٢) يتحدث عن السيادة العثمانية التى أصبحت مجرد إسم فقط وأنهم اكتفوا بإقامة الحجج ورفع الصوت بالاستغاثة لدى الدول ويشير إلى ما وقع بين الإنجليز من خلاف حول المسألة المصرية ويحذر من أن عدم وفاء الإنجليز بعهودهم للمصريين سيجعلهم يؤيدون الحركة المهدية (١٠٤).

من دراسة المقتطفات السابقة يلاحظ الآتى:

١ـ كان جمال الدين الأفغانى موفقا عند اختيار الأسلوب اللغوى الملائم لجماهيره، فلم يتعال عليها فى الأسلوب ولم ينزل إلى مستوى دون مستواهم على الرغم من أن عصره كان عصر الصنعة اللفظية والتنميق وإدعاء البلاغة وفضلا عن ذلك فقد كان أسلوبه سهلا واضحا حتى يمكن قارئه من إدراك مضمون مادته وما تحتويه من آراء وتوجيهات.

٢ـ حرص جمال الدين وهو يقدم آرائه أن يخاطب فى قارئه حسه الدينى وذلك إيمانا منه بما للدين من قدسية فى نفوس الجماهير وأن يستنفره ويستثيره باسم الدين الإسلامى ولذلك نجده يستشهد دائما بآيات من كتاب الله وأحاديث السنة النبوية بل أنه من بين المقالات التى كتبها (٢٥مقالة) نجد سبع عشرة مقالة هى شروح لآيات قرآنية من كتاب الله أما بقية هذه المقالات فقد قامت على شروح لبعض الأحاديث الصحيحة.

٣ـ كان جمال الدين متفهما لأهمية الغرائز والعواطف الإنسانية فى تكوين الرأى العام ولذلك نجده دائما يستثير غريزة الخلاص والمقاتلة وعاطفة الخوف فى نفوس قرائه حتى يدفعهم دفعاً إلى القتال.

٤ـ للوقت أهمية قصوى لدى جمال الدين فهو دائما يحذر من أن الوقت يمضى سريعاً وأن اللحظة الحاسمة للعمل هى الآن وأن الذين يترددون فى القيام بواجباتهم يعجلون بنهاية الوطن... وهذا الاستعجال من شأنه أن يقول من دافع الاستجابة للدعوة وللقيام بعمل ايجابى.

٥ ـ معروف ما لعنصر التكرار من أهمية ذلك أنه يقوى الصلة بين صاحب الدعوة والمدعوين ويساعد على استمرار تأثر الناس بالدعاية ويحول دون استجابتهم لأى دوافع مضادة، والمتتبع لصحيفة العروة الوثقى يرى هذا التكرار والالحاح على الفكرة واضحا فى كل صفحاتها، وحتى لايمل القارىء فقد حرص جمال الدين على أن يوفر عنصر التنويع سواء فى طريقة تناوله للفكرة وعرضها أو فى صورة الإطار الذى تقدم فيه.

٦ـ استخدم جمال الدين الأفغانى وهو يستحث قراءه على مقاومة الاستعمار أسلوب البرامج الايجابية المحددة لا أسلوب الإثارة فقد ركز وهو يدعو إلى المقاومة إلى تحقيق الوحدة على شكلها وحدد شكل الوحدة بأن يكون سلطانها القرآن ويظل كل حاكم مكانه... وحث على مقاومة أسباب التخلف التى حرص على تحديدها بدقة، وأخيرا الأخذ بأسباب القوة والقيام بتلبية داعى الجهاد.

٧ـ من الأساليب الاقناعية التى لجأ إليها جمال الدين أسلوب ضرب الأمثلة فقد حرص وهو يتحدث عن سياسة الإنجليز فى مصر أن يطابق بينها وبين السياسة الإنجليزية التى نفذتها بدقة فى الهند.. وأن هذه السياسة لن تؤدى إلا إلى سوء الأحوال كما حدث فى الهند.. وأيضا عندما تكلم عن الوهم البريطانى فقد ضرب له عدة أمثلة.

٨ ـ أما بالنسبة للأفكار الخاصة بمقاومة الاستعمار والتى أوردتها صحيفة العروة الوثقى فكما يتضح من الجدول الآتى:

جدول رقم (١)

يبين تكرار الأفكار الخاصة بمقاومة الاستعمار الغربي

مسلسل	الفكـــــرة	التكـــرار
١	فضح أساليب السياسة الإنجليزية:	٦٠
	أ ـ في مصر.	٢٥
	ب ـ في السودان.	١٩
	جـ في الهند.	٨
	د ـ في دول أخرى.	٨
٢	إثارة الدول الأوروبية على الأطماع الإنجليزية.	٢١
٣	الإشارة إلى نفرة الأهالي من الانجليز والتحريض على الثورة.	١٠
٤	مقاومة تحالف بعض الأهالي مع الانجليز.	٧
٥	التقليل من قوة الإنجليز.	٣
٦	إنجليز ينصفون المصريين.	١

بدراسة الجدول السابق يلاحظ الآتي:

١ ـ إن كشف السياسة الإنجليزية وفضح أساليبها وطرقها الملتوية يأتي في المرتبة الأولى من الأهمية عند مقاومة جمال الدين لهذا الاستعمار وهو لم يترك وسيلة أو طريقا يمكن أن يفيد في فضح سياسته إلا وسلكها سواء بالنسبة لسياسته في مصر أو السودان أو الهند أو الدول الأخرى وقد تركزت أفكاره بالنسبة لكل من هذه الدول على النحو التالي:

أولاً: فضح أساليب السياسة الإنجليزية في مصر:

١ ـ كانت مصر تعيش في تقدم وازدهار وطمأنينة حتى ظهرت الفرقة والاختلاف والدسائس مما مكن من احتلالها.

ب ـ إن حجة الإنجليز فى احتلال مصر هى تأمين الطريق إلى الهند وهى حجة واهية لأن الهند ليست فى مأمن فهناك الروس يكرسون جهودهم للاستيلاء عليها من الباب الشمالى وأن الدولة العثمانية بإصدارها فرمان عرابى مكنت لهم هذا الاحتلال.

جـ ـ إن الإنجليز يبدون مختلفين حول موقفهم من مصر حيث يدعو فريق منهم إلى فرض الحماية وفريق يرفض حتى لا تثور ثائرة الدول وفريق ثالث يرى فرض الحماية على السواحل فقط.

د ـ إن هذا الاختلاف صورى بدليل سياستهم فى مصر التى تستهدف التمكين لهم فى البلاد، فقد حلوا الجيش الوطنى وطردوا الموظفين وعينوا أجانب بدلا منهم.. وملئوا السجون بالمصريين ونشروا القلاقل وانعدم الأمن داخل البلاد فضلا عن تضييق الخناق على الحكومة والتمكين للعقائد الباطنة للانتشار لتوهين الدين الإسلامى فى النفوس، وهذه التصرفات من شأنها تدعيم وجودهم فقد عمدوا إلى الإيحاء إلى بعض الأهالى بكتابة عريضة يطلبون فيها الحماية الإنجليزية لإقناع الدول الأخرى بأن هذا مطلب مصرى وعندما فشلوا اتجهوا إلى إثارة الفتنة بين المصريين واليونانيين لتبقى لهم ذريعة للبقاء ثم محاولتهم خديعة تركيا بحثها على إرسال جيش مشترك إنجليزى عثمانى إلى السودان وذلك للقضاء على القلاقل حتى تستقر لهم الأمور.

هـ ـ إن هذه السياسة من شأنها أن تؤدى إلى تدهور الأمور وافتقاد الأمن والعدالة وهو نفس ما حدث فى الهند من جراء نفس السياسة الإنجليزية، كما أنها السبب فى اشتعال الحركة المهدية بالسودان.

و ـ وأخيراً يستحث المصريين على عدم التعامى عن مقاصد الإنجليز فى مصر ويدعوهم حكاما ومواطنين إلى الثورة ومقاومة الاستعمار.

ثانياً: فضح أساليب السياسة الإنجليزية فى السودان:

أ ـ إن استيلاء الإنجليز على مصر أدى إلى استقلال الحركة المهدية.

ب ـ ساعد الإنجليز فى البداية هذه الحركة على الانتشار بطردهم للقوات المصرية فى السـودان.. ثم ساقوهم تحت قيادة إنجليـزية لمحاربة المهـديين وعمدوا إلـى فصل السودان عن مصر ليقوموا بإفتتاحه بعد ذلك لأنفسهم.

جـ ـ مكنت هذه الأمور لـلحركة المهدية سبيل الانتشار فـى أغلب أنحاء السودان وأوشكت أن تـصل إلى أسوان.. ويـتحدث عن تأيـيد القوات المـصرية لهـا.. ويهدد جمـال الديـن بأنـه مالم يـفى الإنجـليز لـلمـصريـين بعـهودهـم، فإن رجـال الأزهر سينضمـون إلى الحركة المهدية الأمر الذى يـمكن لها فرصة الانتشـار فى كافة أرجاء العالم الإسلامى.. فى الوقـت الذى يعلن فيها أنها تجد صداها فى الـهند وبلوخستان وأن السلطان راض عنها ويطلب من المؤمنين عدم مقاومتهم ومقاومة الإنجليز.

د ـ يتـحدث بعد ذلـك عن عجـز الإنجليز عـن إخماد هـذه الحركة وأن استـقدام قوات من الهند سيظـهر ضعف الإنجليز، كما يطلب إلى السـلطان عدم إرسال جيش إلى السودان إلا بعـد أن يغادروا البلاد حتى لا يقوم هـو بافتتاحها لهم.. وأنـهم مهما تظاهروا بالقوة ضعفاء.

هـ ـ إن الحل النهائى للقضاء على هذه الفـتنة هو ترك البلاد لأهلها وتفويض الأمر لصاحب الحـق القانونى فى القـضاء على هذه الحركـة.. لأنها حركة دينيـة ولا يمكن إطفاؤها بيد من يخالف الثائرين دينا وشكلا ولغة وأنه لن يقاومها سوى قوى الشكيمة من المسلمين.

ثالثا: فضح أساليب الإنجليزية فى الهند:

أ ـ إن عدم وحدة المـسلميـن هو الذى مكـن للإنجليـز احتلال الهـند وبلوخـستان ومصر.

ب ـ إن الإنجليـز فى احتلالهم لـلهند اتبعـوا سياسة اللطـف واللين حتى اسـتولوا عليها قطعة قطعة.

جـ ـ إن سياستهم فى الهند هى نفسها الـتى اتبعوها فى مصر وسبق الإشارة إليها..

فضلا عن ذلك فقد أخذوا يتظاهرون بالإسلام لخداع الهنديين المسلمين ويحذرهم من ذلك.. وإن ما أقاموه من وسائل العمران ليس إلا لخدمة مصالحهم.

د ـ إن هذه السياسة لم تؤد إلا إلى ضنك وفقر الهند وسوء الأحوال فيها.

رابعاً: فضح أساليب السياسة الإنجليزية فى الدول الأخرى:

أ ـ يكشف زيف تظاهر الإنجليز بالعدالة بدليل ثورة الأيرلنديين مع أنهم يتفقون معهم فى الجنس والدين.

ب ـ الاتفاق بين الإنجليز والحبشة لمقاومة الحركة المهدية ليس إلا حرباً موجهة ضد كافة المسلمين ومن شأنه أن يثير حرباً صليبية جديدة.

جـ ـ يتعرض لتدخل الإنجليز فى شئون الدولة العثمانية ويدعوها إلى مقاومة ذلك.

٢ ـ إثارة الدول الأخرى على الإنجليز:

حاول جمال الدين بعد كشفه لأساليب السياسة الإنجليزية الملتوية أن يثير الدول الأخرى ضد إنجلترا وأن يستغل مالها من مصالح فى مصر لمنع الإنجليز من فرض الحماية على مصر.. لأن المسألة المصرية كما يقول لها هيئة دولية ولا يمكن القطع فيها بشيء إلا باتفاق أوروبا، وهى مسألة البحر الأبيض أيضا من له شأن فيه يراعيه فله شأن فى المسألة المصرية. وحفظ حقوق هذه الدول لا يكون إلا بتحرير مصر.. ولهذا فقد استحث فرنسا وألمانيا وروسيا ألا تدع انجلترا تنفرد بمصر. ومن ناحية أخرى فقد حاول دفع الباب العالى إلى عمل شيء مستغلا هذه الظروف الدولية وأنه سيلقى تأييد باقى الدول.. كما ركز على محاولات روسيا غزو الهند وأنها لن تؤدى فى النهاية إلى إعادة المماليك القديمة إلى الحكم.. ولذلك فهو يستبشر خيراً عندما يحتلون سرخس ومرو. ويدعو الإيرانيين والأفغانيين إلى الاتحاد من أجل مساعدة الروس فى ذلك ويرى أن محاولات الالتقاء بين روسيا والنمسا إنما هى لأجل هذه الغاية. وخلال كل هذا فهو ينذر الإنجليز ويتوعدهم ويدعو الأتراك إلى محاربتهم والمصريين إلى استغلال هذه الظروف والثورة عليهم وأنهم سيلقون كل مساعدة من الدول الأوروبية ومن باقى المسلمين.

٣ ـ بيان نفرة الأهالى من الإنجليز:

يلى ذلك حرصه على تأكيد ثورة الأهالى على الحكم الأجنبى وأنه ليس هناك وطنى يقبل به ويستحث لذلك المصريين على المقاومة.. ويأخذ على الدولة العثمانية اكتفاءها بإقامة الحجج والبراهين ويتهمها بأنها السبب فى احتلاله لمصر وذلك عندما أصدرت فرمان عصيان عرابى.

٤ ـ يأتى بعد ذلك حرصه على مقاومة تحالف بعض الوطنيين مع الإنجليز فهو ينتقد توفيق باشا لأنه أصبح أداة طيعة للإنجليز ويدعوه باسم الدين إلى التنازل عن الحكم.. وينتقد نوبار باشا الذى لا هم له سوى التمهيد للإنجليز فى مصر وذلك لأنه ليس مصرى ولا وطنى ولا مسلم. وينتقد الشيخ الميرغنى الذى ينادى بوجوب طاعة الإنجليز ويخالف بذلك الشرع. ويتساءل عما يسوغ له تقدير جيوش الاحتلال الذين يريدون تذليل القوات المهدية ويتهمه لذلك بأنه ليس من العلماء ولا من العارفين بطرق الإرشاد.

٥ ـ ويلى ذلك حرصه على التقليل من قوتهم فيكشف عن سياستهم عندما يحتلون أى بلد وهى أنهم يعمدون أولا إلى إلقاء الرعب فى قلوب الأمراء فتضعف مقاومتهم فيسهل عليهم احتلال بلادهم. كما يضرب عدة أمثلة لهذه القوة مبينا أنها ما هى إلا وهم من صنع أنفسنا ويدعونا بالتالى إلى التحرر منه.

٦ ـ وأخيرا يشير إلى وجود المنصفين من الإنجليز مثل مستر بلومنت الذى يطالب الإنجليز بالاتفاق مع سائر الدول وترك مصر مستقلة فى إدارتها وتكون الدول جميعها كافلة لهذا الاستقلال.

ثانياً: الدعوة إلى الجهاد:

أشارت العروة الوثقى خلال فترة صدورها إلى الجهاد فى سبعة عشر موضعا وهى:

١ ـ المسلمون بحكم شريعتهم ونصوصها الصريحة مطالبون عند الله بالمحافظة على ما يدخل فى ولايتهم من البلدان، وكلهم مأمورون بذلك، لا فرق بين قريبهم وبعيدهم، ولا بين المتحدين فى الجنس ولا المختلفين فيه، وهو فرض على كل واحد

منهم، ومن فروضهم فى سبيل الحماية وحفظ الولاية بذل الأموال والأرواح.. ولا يباح لهم المسالمة مع من يغالبهم حتى ينالوا الولاية خاصة لهم دون غيرهم، وبالغت الشريعة فى طلب السيادة منهم على من يخالفهم إلى حد لو عجز المسلم عن التملص من سلطة غيره لو جبت عليه الهجرة(١٠٥).

٢ ـ إنما المسلمون هم «الذين قال لهم الناس إن الناس قد جمعوا لكم فاخشوهم فزادهم إيمانا وقالوا حسبنا الله ونعم الوكيل فانقلبوا بنعمة من الله وفضل لم يمسسهم سوء واتبعوا رضوان الله والله ذو فضل عظيم» بهذا الاعتقاد أرغموا الملوك وأذلوا القياصرة والأكاسرة، وهو الذى حملهم على بذل أرواحهم وأموالهم وجميع ما يملكون.. لا يخشون من فقر.. ولا يخافون فاقه.. وأين المسلمون اليوم من هذا؟(١٠٦).

٣ ـ إن السعى لإعلاء كلمة الحق وبسطة الملك وعموم السيادة واجب المسلمين فلا نجد آية من آيات القرآن الشريف إلا وهى داعية إليه جاهرة بمطالبة المسلمين بالجد فيه حاظرة عليهم أن يتوانوا فى آداء المفروض منه.. وأن لا يدع المسلمون تنمية ملتهم حتى لا تكون فتنة ويكون الدين كله لله(١٠٧).

٤ ـ إن المخلصين فى إيمانهم الواثقين بوعد الله فى نصر من ينصر الله لا يتخلفون عن بذل أموالهم وبيع أرواحهم والحق داع والله حاكم.. والقرون قاضية.. فأين المفر.. هل يسوغ لنا أن نرى أعلامنا منكسة وأملاكنا ممزقة.. ثم لا نبدى حركة ولا نجتمع على كلمة وندعى بعد هذا أننا مؤمنون بالله وبما جاء به محمد؟ واخجلتاه لو خطر هذا ببالنا ولا أظنه يخطر ببال مسلم(١٠٨).

٥ ـ أى موجب لليأس وأى داع للقنوط وبين أيدينا كتاب الله الناطق بأن اليأس من أوصاف الضالين.. وهل يكون للقانطين منهم عذر؟ أيرضون بالعبودية للأجانب بعد تلك السيادة العليا.. ماذا يبتغون من الحياة إن كانت فى ذل وإهانة وفقر وشقاء دائم بيد عدو غشيم(١٠٩).

٦ ـ ماذا غر أولئك الواهمين وعلى اختلافهم، ألا يعلمون أن الثياب المضرجة

بالدم الملونة بالمهج هى التى حفظت للابسيها ذكرا حسنا لا ينقطع، وأثرا مجيدا لا يمحى، إن الذين خرجوا بدمائهم فى طلب المجد لأممهم هم الذين خشعت لذكرهم الأصوات وأجمعت على فضلهم خواطر القلوب وعلت أسماؤهم على جميع الأسماء[١١٠].

٧ ـ إن للإيمان تكاليف شاقة وفرائض صعبة الأداء لا يقدر عليها إلا الذين امتحن الله قلوبهم للتقوى، إن القيام بفرائض الإيمان محفوف بالمخاطر.. كيف لا وأول ما يوجبه الإيمان خروج الإنسان عن نفسه وماله وشهواته ووضع جميع ذلك تحت أوامر ربه وبذل روحه إذا دعى داعى الإيمان.. فلينظر المفرطون ضنا بأموالهم أو صوتا لأرواحهم ماذا يكون موقفهم من علم الله.. هل هم من الذين صدقوا أم من الكاذبين[١١١].

٨ ـ إن القائم على الملك لو لمح لمحة إلى نفسه لرأى أن بلاده فى كل وقت معرضة لأطماع الطامعين.. وعلى كل أرباب الرأى أن يستعدوا لدفع طوارىء العدوان.. فلو فرطوا.. أو تساهلوا فقد عرضوا ملكهم للهلاك وألقوا بأنفسهم فى مهاوى الأخطار.. قال تعالى: ﴿وأعدوا لهم ما استطعتم من قوة﴾[١١٢].

٩ ـ وعد الله هذه الأمة بالنصر ولن يخلف الله وعده، وعدها بالنصر والعزة وعلو الكلمة ومهد لها سبيل ما وعدها إلى يوم القيامة.. وما جعل لمجدها آنا.. ولا لعزتها حدا ﴿وكان حقا علينا نصر المؤمنين﴾[١١٣].

١٠ ـ إنما المؤمنون هم الذين إذا قال لهم الناس إن الناس قد جمعوا لكم فاخشوهم لا يزيدهم ذلك إلا إيمانا وثباتا ويقولون فى إقدامهم: حسبنا الله ونعم الوكيل.. كيف يخشى الموت مؤمن وهو يعلم أن المقتول فى سبيل الله حى يرزق عند ربه متمتع بالسعادة الأبدية[١١٤].

١١ ـ ينبغى أن يكون أبناء الملة الإسلامية بمقتضى أصول دينهم أبعد الناس عن الجبن فإنه أشد المواقع عن أداء ما يرضى الله وأنهم لا يبتغون إلا رضاه. يعلم المؤمنون أن الله قد جعل حب الموت علامة الإيمان وامتحن به قلوب المعاندين ويقول فى ذم من ليسوا بمؤمنين«آلم تر إلى الذين قيل لهم كفوا أيديكم وأقيموا الصلاة وآتوا

الزكاة فلما كتب عليه القتال إذا فريق منهم يخشون الناس كخشية الله أو أشد خشية وقالوا ربنا لم كتبت علينا القتال لولا أخرتنا إلى أجل قريب».

فالإقدام فى سبيل الحق وبذل الأموال والأرواح فى إعلاء كلمته أول سمة يتسم بها المؤمنون... ولا يمكن الجمع بين الدين الإسلامى وبين الجبن فى قلب واحد(١١٥).

١٢ ـ يا أيها المصريون هذه دياركم وأموالكم وعقائد دينكم وأخلاقكم وشريعتكم قبض العدو على زمام التصرف فيها غيلة واختلاسا.. ماذا تهابون فى معارضته والأخذ على يده وماذا تخشون منه؟ هل تخشون أن تنقص أموالكم فبسكوتكم أنتم واقعون فيما تخافون منه... هل تخافون أن يأتى الخطر على حياتكم فإنه يخشاكم كما يخشى الدول بل أشد خشية(١١٦).

١٣ ـ إن كنتم تخافون الموت أو الذل فهو الآن على بعد منكم، أليس يؤخذ الأبرياء بالشبهة الباطلة ويهانون ويذلون وكثير منهم يقتلون.. يا قوم إن لم يستفزكم طلب العلا وسمو الهمم فليستفزكم تصور الشقاء المنتظر.. إن الله لن يدعكم حتى يعلم الصادقين منكم ويعلم الصابرين.. يا أيها الذين آمنوا كونوا أنصار الله ولا تتبعوا خطوات الشيطان.. إنه لكم عدو مبين.. ولا تهنوا ولا تحزنوا وأنتم الأعلون.. إن كنتم مؤمنين(١١٧).

١٤ ـ ملعون من يخون بلاده لمرض فى قلبه.. ملعون من يبيع أهل ملته بحطام.. ملعون من يمكن الأجانب من دياره.. ومحروم من شرف الملة الحنيفية من يختلج فى صدره أن يلحق عاراً بأمته، أيظن مريض القلب أنه يعيش حتى يتمتع بما تكسب يداه.... أيتوهم أن يبقى حيا على وجه الأرض وفيها مسلم(١١٨).

١٥ـ إن المولعين بحب الحياة يقضونها من خوف الذل فى ذل، ويعيشون من خوف العبودية فى العبودية، ويتجرعون مرارات الموت فى كل لحظة خوفا من الموت. لا الدين يسوقهم إلى مرضاه الله ولا المحية الوطنية تدفعهم إلى ما فيه فخار بنى الإنسان(١١٩).

١٦ ـ ألا أيها النائمون تيقظوا.. ألا أيها الغافلون تنبهوا.. يا أهل الشرف والناموس

ويا أربـاب المروءة والـنخوة.. ويـا أولى الـغيرة الـدينيـة والحمـية الإسلاميـة أرفـعوا رءوسكم تروا بلاء أوطانكم.. إلا أن الشيطـان يخوف أولياءه فلا تخافون أعداءكم.. ولا تكونوا كـالذين استحبـوا الحياة الدنيا عـلى الآخرة. إن الله قد جعل مـن علامات الإيمـان حب المـوت اختياراً لرضـاه وإعلاءاً لـكلـمته... كـونوا مـع الله فى نـصره ينصركم ويثبت أقدامكم(١٢٠).

١٧ ـ علينـا أن نرفع أعلام المحبة الـوطنية.. لنخيـب آمال الإنجليز ونقـذف بأولئك المغفلين الذين يميلون إليهم خارج تخوم هـذه الديار ليلحقوا بالخائنين ممن سبقوهم.. ويذوقوا عـذاب الهوان بما كانوا يـكسبون.. وإن تابوا وأصـلحوا كان الحق ظهـيرهم والله وليهم ونصيرهم وهو نعم المولى ونعم النصير(١٢١).

– من دراسة المقتطفات السابقة التى أوردتها صحيفة العروة الوثقى يلاحظ الآتى:

١ ـ إن نوع الجهاد الذى تناوله جمال الدين الأفغانـى فى مجلته ليس جهاد النفس وترتيبتها وتهذيبها وإنما جهاد العدو وذلك بحكم الظروف التى عاصرها جمال الدين الأفغانى حيث كان العالم الإسلامى محـاصراً ومهدداً من كل جانب، وقد كثر حوله الطـامعون. ولذلـك نجده فى ثمـانية مـواضع منهـا يدعو إلى بـذل الأموال والأرواح وعدم الضن بهما وفى أربعة مواضع يعتبر هذا البذل من علامات الإيمان وأنه ما هو إلا اختبار أو بلاء يمتحن الله به المؤمنين حتى يميز الخبيث من الطيب.

٢ ـ لما كان موضـوع الجهاد من الموضوعات التـى تحتاج إلى أكبر قدر مـن الشحن والإثارة الـعاطفـية، فـقد حرص جـمال الديـن على اسـتخدام الأسـاليـب الإنشائـية كأساليب الاسـتفهام والتعجب والأمر والاسـتفتاح بأدوات التنبيه وتوجـيه الكلام فى صيغـة الخطاب، كما عمـد إلى استخدام استـمالات تعتمد عـلى التخويف الـشديد لقرائه وذلك بالتـركيز على الإشارة إلى الوضع المشين الـذى هم فيه. وحتى لا تؤدى زيادة درجة التخويف إلى تزايد درجة توتر الجمهور الأمر الذى قد يدفعه إلى التقليل من شأن هذا التهديد أو أهـميته أو اللجوء إلى الابتعاد عن الرسالـة بدلا من أن يتعلم منهـا أو يبدأ فى التـفكير فى مـضمونها فـقد حرص جمال الـدين على أن يتـبع ذلك

بإشاعة روح الأمل والتفاؤل لدى جماهيره وذلك ببيان ما سوف ينتظره من نصر وحياة رغدة واستقرار إذا ما استجابوا لندائه وببيان وعد الله بالنصر لهذه الأمة.

٣ ـ أما بالنسبة للأفكار التى أوردتها العروة الوثقى حول موضوع الجهاد فتتضح من الجدول الآتى:

جدول رقم (٢) يبين الأفكار

التى أوردتها صحيفة العروة الوثقى حول موضوع الجهاد

مسلسل	الفكرة	التكرار
١	موقف الدين من الجهاد:	١١
	أ ـ واجب الحماية	٢
	ب ـ التأهب للقتال	١
	جـ ـ الإخلاص فى الجهاد	٤
	د ـ التيقن بالنصر	٢
	هـ ـ أوصاف ليست للمؤمن	٢
٢	موانع الجهاد	٤
٣	الجهاد طريق المجد	١
٤	الجهاد لمقاومة الإنجليز والخونة	١

بدراسة الجدول السابق يلاحظ الآتى:

١ ـ كان من أهم ما ركزت عليه العروة الوثقى هو بيان موقف الدين الإسلامى من الجهاد وقد اتبعت فى ترتيب هذه الأفكار أسلوب التسلسل المنطقى على النحو الآتى:

أ ـ فى البداية تعلن أن واجب المسلمين ليس فقط هو المحافظة على ما يدخل فى ولايتهم من بلدان.. وعدم الخضوع لغيرهم وإنما أيضا العمل على إعلاء كلمة الحق فلا يدع المسلمون فرصة لتنمية ملتهم حتى لا تكون فتنة ويكون الدين كله لله.

ب ـ الاستعداد للقتال بإعداد الأسلحة والرجال وذلك لدفع طوارىء العدوان، وهذه مسئولية أولى الأمر، أما مسئولية المسلمين فهى عدم الضن بالأرواح أو التخلف عن بذل الأموال متى دعى داعى الجهاد.

جـ ـ الإخلاص فى الجهاد: وذلك بحسن التوكل على الله وهذا الإخلاص من أهم صفات المؤمنين الذين قال لهم الناس إن الناس قد جمعوا لكم فاخشوهم فزادهم إيمانا وقالوا حسبنا الله ونعم الوكيل.

د ـ يأتى بعد ذلك الاعتقاد فى النصر ـ ذلك أن الله وعد هذه الأمة بالنصر. ﴿وكان حقا علينا نصر المؤمنين﴾ وهو ناصرنا إذا نصرناه بإعلاء كلمته ﴿إن تنصروا الله ينصركم ويثبت أقدامكم﴾.

هـ ـ ويتطرق بعد ذلك الترتيب إلى الحديث عن الصفات التى لا يجب أن تتوافر فى المؤمن كاليأس والخيانة.

٢ ـ ينتقل بعد ذلك إلى بيان موانع الجهاد وهى الخوف على الأموال والأرواح وأن المسلمين بسكوتهم واقعون فيما يخافون منه.. فإذا كانوا يخافون على أموالهم فبسكوتهم واقعون فيما يخافون منه وإذا كانوا يخافون الموت أو التذليل فهو الآن على بعد منهم.. أو ليس يؤخذ منهم الأبرياء بالشبهة الباطلة ويهانون ويذلون وكثير منهم يقتلون كما يقول.. ثم إن المولعين منهم بحب الحياة يقضونها من خوف الذل فى ذل.. ويعيشون من خوف العبودية فى العبودية ويتجرعون مرارات الموت فى كل لحظة خوفا من الموت.

٣ ـ ينتقل بعد ذلك إلى التأكيد على أن الجهاد إنما هو طريق المسلمين إلى النصر والعزة والمجد والاستقرار، وإن هذا الجهاد إنما هو لمقاومة الاستعمار الإنجليزى والخونة.

ثالثا: أسباب تخلف المسلمين

تناولت مجلة العروة الوثقى بالدراسة أسباب تخلف المسلمين وعجزهم عن اللحاق بركب المدنية والتطور فى ستة عشر موضعا وذلك على النحو الآتى:

١ ـ إن ما يطرأ على الممالك الإسلامية من الانقسام والتفريق إنما يكون سببه قصور الوازعين وحيدهم عن الأصول القويمة التى بنيت عليها الديانة الإسلامية وانحرافهم عن مناهج أسلافهم(١٢٢).

٢ ـ أما المسلمون فبعد أن نالوا فى نشأة دينهم ما نالوا.. انتشرت بينهم قواعد الجبر وضربت فى الأذهان حتى اخترقتها وامتزجت بالنفوس حتى أمسكت بعنانها عن الأعمال مما أورث ضعفا فى الهمم وفتورا فى العزائم(١٢٣).

٣ ـ انقطع التعارف بين المسلمين وهجر بعضهم بعضا هجرا غير جميل فالعلماء وهم القائمون على حفظ العقيدة وهداية الناس إليها لا تواصل بينهم ولا تراسل.. كذلك كانت الجفوة بين الملوك والسلاطين من المسلمين.. وهذا ما أضعف الالتئام.. وقد بدأ هذا الانحلال والضعف فى روابط الملة الإسلامية عند انفصال الرتبة العلمية عن رتبة الخلافة وقتما حكم الخلفاء العباسيون باسم الخلافة دون أن يحوزوا شرف العلم والتفقه فى الدين والاجتهاد فى أصوله فكثرت بذلك المذاهب وتشعبت الخلافة فتفرقت كلمة الأمة وانشقت عصاها.. وزاد الاختلاف بشدة بظهور جينكيز خان وتيمور لنك وأحفاده وإيقاعهم بالمسلمين قتلا وإذلالا(١٢٤).

٤ ـ إن عقيدة الجبر وقد خالطت نفوس بعض العامة من المسلمين ربما كانت سببا فى إبتلائهم ببعض المصائب التى أخذتهم بها الحوادث فى العصور الأخيرة(١٢٥).

٥ ـ حدث للمسلمين بعد نشأتهم نشوة من الظفر.. وفاجأتهم وهم على تلك الحال صدمتان قويتان: صدمة من الشرق وهى غارة التتار.. وصدمة من الغرب وهى زحف الأمم الأوروبية بأسرها على ديارهم.. مما أدى إلى أن صار الأمر إلى غير أهله.. وولى أمورهم من لا يحسن سياستها.. فكان حكامهم وأمراؤهم من جراثيم الفساد بسبب أخلاقهم وطباعهم.. وكانوا مجلبة لشقائقهم وبلائهم. وأخذ كل منهم بناصية الآخر يطلب له الضرر.. فآل الأمر بهم إلى الضعف والقنوط(١٢٦).

٦ ـ إن الرذائل من طبيعتها التحلل والتفريق بين النفوس المتكيفة بها.. وهى إذا

فشت فى أمة نقضت بناءها الاجتماعى ونثرت أعضاءها.. واستدعت بعد ذلك طبيعة الوجود الاجتماعى أن تسطو على هذه الأمة قوة أجنبية لتأخذها بالقهر(١٢٧).

٧ ـ وللضعف أسباب أعظمها تخالف طلاب الملك فيهم فشغلوا أفكار الكافة بمظاهرة كل خصم على خصمه وألهوا العامة بتهيئة وسائل المغالبة، وقهر بعضهم لبعض كما أدت إلى الذهول عما نالوا من العلوم والصنائع فضلا عن التقصير فى طلب ما لم ينالوا منها.. ونشأ عن هذا ما نراه من الفاقة والاحتياج، والضعف والخلل فى النظام وتفرق الكلمة وانشقاق العصا(١٢٨).

٨ ـ إن المسلمين لا يسمح لهم يقينهم بالله وبما جاء به محمد ﷺ أن يقنطوا من رحمة ربهم فى إعادة مجدهم مع كثرة عدوهم ولا يسوغ لهم إيمانهم أن يرضخوا للذل.. ويتقاعدوا عن جمع كلمتهم وذلك حتى ينهضوا من كبوتهم(١٢٩).

٩ ـ على ولى الأمر فى الدولة أن لا يكل شيئاً من عمله إلا إلى أحد رجلين: إما رجل يتصل به فى جنسية سالمة من الضعف.. وأما رجل يجتمع معه فى دين.. أما الأجانب الذين لا يتصلون بهم فى جنس أو دين.. فمثلهم كمثل الأجير فى بناء بيت لا يهمه إلا استيفاء أجرته.. وإن الدول ما انخفض مكانها ولا سقطت فى هوة الانحطاط إلا عند دخول العنصر الأجنبى فيها.. وارتقاء الغرباء إلى الوظائف السامية(١٣٠).

١٠ ـ إن الحاكم إذا كان جاهلا سىء الطبع سافل المهمة.. ضعيف الرأى أسقط الأمة بتصرفه إلى مهاوى الخسران وضرب على نواظرها غشاوات الجهل(١٣١).

١١ ـ إن الله تعالى يجعل الركون إلى من لا يصح الركون إليه والثقة بمن لا تنتظر الثقة به سببا فى اختلال الأمر وفساد الحال ﴿لا تتخذوا عدوى وعدوكم أولياء تلقون إليهم بالمودة وقد كفروا بما جاءكم من الحق﴾ ﴿لا تتخذوا بطانة من دونكم لا يألونكم خبالا ودوا ما عنتم قد بدت البغضاء من أفواههم وما تخفى صدورهم أكبر﴾(١٣٢).

١٢ ـ من سار فى الأرض وتتبع تواريخ الأمم وكان بصير القلب علم أنه ما يتهدم

بنـاء ملك إلا لشـقاق واختـلاف أو ثقة بمن لا يـوثق به وتخـلل العـنصر الأجنـبى أو استـبداد فى الـرأى أو استنـكاف عن المـشورة وإهمـال فى إعداد الـقوة والدفـاع عن الجـودة أو تـفـويـض الأعـمـال لمـن لا يـحسـن أداءهـا ووضـع الأشـيـاء فـى غـيـر مواضعها(١٣٣).

١٣ ـ جعل الله بقاء الأمم ونماءها فى التحلى بالـفضائل وجعل هلاكها ودمارها فى التخلى عنها سـنة ثابتة لا تختلف باختلاف الأمم ولا تتبدل بتـبدل الأجيال والفضائل مثل الاستقامة فى الرأى والصدق فى القول والعدل والحمية على الحق والقيام بنصره والتعاون على حمايته.. الخ(١٣٤).

١٤ ـ إن نظر الشرقيين إلى الأوروبيين بغير الحقيقة جعلهم وهما وهم بهذا الظن يستسلمون لأعدائهم كرها ويجارونهم فى أهوائهم نفاقا(١٣٥).

١٥ ـ إن أبناء الأمم الغربيـة إذا عمدوا إلى قصد لا يفترون فى طلبـه وعلو الهمم فيهم يجـعل لديهم كل صعب سهـلا.. ورجاؤنا أن يكون فى هؤلاء أسوة للـشرقيين ولا تقعـدهم الأوهام البـاطلة.. ولقـد كان لهّم فـى أسلافهم أسـوة حسنة ولـكن من المؤسف نحتاج إلى تذكيرهم بما لهـم من سالف المجد وإلى ذكر أحوال الحاضرين من غيرهم(١٣٦).

١٦ ـ إننـا نتأسف عـلى ما نراه مـن أدباء المسلـمين وشـعرائهم فـإنهم يحـصرون رواياتهم فى حـكايات مضحكة وقصص هـزلية.. ودون أن يلاحظوا تأثير مـا يكتبون وما ينقلون فى أفـكار الأمة وأطوارها.. ورجاؤنا فيهم أن يسلـكوا مسالك أدباء الأمم المتقـدمة.. وأن يأخذوا فى مـنشآتهم وأشـعارهم طريـقا ينهضـون فيه الهمـم الخامدة ويحركون القـلوب الجامدة ويحيون مكـارم الشيم ويوردون الأمة مورد سابـقيها من الأمم(١٣٧).

من دراسـة المقتطـفات السـابقة الخـاصة بالبـحث عن أسـباب ضعـف المسلمـين وتخلفهم وعجزهم عن اللحاق بركب المدنية يلاحظ الآتى:

١ ـ أسلـوب التدرج الذى أخـذ به جمال الـدين الأفغانـى عند الإشارة إلـى هذه

الأسباب.. فهو لم يعمد إلى ذكرها جملة واحدة كما نلجأ إلى ذلك عادة البحوث، وإنما أخذ يشير إليها تباعا فى مقالاته خلال الفترة التى ظهرت فيها الصحيفة ويكرر منها ما يرى هناك ضرورة لتكراره حتى يتمكن فى النهاية من تحقيق الغرض المطلوب وهو استيعاب القراء لها جملة وتفصيلا والإقتناع بأن هذه الأسباب هى التى تحول دون تقدمهم مما يدفعهم بالتالى إلى محاولة التخلص منها والقضاء عليها والأخذ بأسباب التقدم بالتالى حتى يمكنهم مواجهة أطماع الاستعمار الغربى.

٢ ـ إن السبب الأكبر وراء هذه الأسباب المؤدية إلى تخلف المسلمين هو الخروج على أصول الديانة الإسلامية، سواء وراء انتشار فكرة الجبر أو التفرق والاختلاف أو عدم أهلية الحكام أو عدم التمسك بالفضائل.. وإهمال العلم واليأس والقنوط واتخاذ الأمراء مساعديهم من الأجانب أو النظر إلى الغربيين بغير الحقيقة والتقصير فى حسن توجيه الجماهير.

٣ ـ لم يكتف جمال الدين الأفغانى بذكر الأسباب الداعية إلى تخلف المسلمين. وإنما كان حريصا على أن يحدد بنفسه دور العلماء إزاء مقاومة التخلف، ولذلك نجده فى ثمانية مواضع بعد أن يقدم لنا السبب فى التخلف يدعو العلماء إلى القيام بدورهم وعدم النكوص.. أو يشير إلى حركة أخذت على عاتقها تصحيح أفكار المسلمين ونهضتهم ومقاومة الاستعمار الغربى.

٤ ـ بالنسبة لأسباب تخلف المسلمين كما حددها جمال الدين الأفغانى تتضح من الجدول الآتى:

جدول رقم (٣) يبين تكرار

الأفكار الخاصة بالأسباب المؤدية إلى تخلف المسلمين

مسلسل	الفكرة	التكرار
١	الفرقة والاختلاف	٤
٢	اتخاذ بطانة من الأجانب	٣
٣	انتشار فكرة الجبر	٢
٤	عدم أهلية الحكام	٢
٥	عدم التمسك بالفضائل	٢
٦	إهمال العلم	٢
٧	النظر إلى الأجانب بغير الحقيقة	١
٨	اليأس والقنوط	١
٩	تقصير الأدباء	١

بدراسة الجدول السابق يتضح الآتى:

١ ـ إن اختلاف المسلمين وتفرقهم يأتى فى مقدمة الأسباب التى أدت إلى ضعف المسلمين وتخلفهم وبالتالى تزايد اجتماع الدول الاستعمارية للتسلط عليهم.

٢ ـ يلى ذلك استعانة الحكام بالأجانب واتخاذهم مستشارين لهم... فالدول ما انخفض مكانها كما يقول جمال الدين إلا عند ارتقاء الغرباء للوظائف السامية.

٣ ـ يتساوى بعد ذلك فى الدرجة انتشار فكرة الجبر وما أدت إليه من ضعف فى الهمم وفتور فى العزائم وعدم أهلية الحكام الذين كانوا مجلبة لشقاء أممهم وبلائها، ثم عدم التمسك بالفضائل وإهمال العلم والنظر إلى الأجانب بغير الحقيقة.

٤ ـ ويلى ذلك انتشار اليأس والقنوط من إصلاح أحوال المسلمين وتقدمهم ثم التقصير فى حسن توجيه الجماهير من جهة القائمين بالاتصال كالأدباء مثلا، واكتفوا بالحكايات المضحكة والقصص الهزلية بدلا من أن يأخذوا طريقاً ينهضون فيه الهمم الخامدة ويحركون القلوب الخامدة.

رابعا: الوحدة السياسية:

أشارت مجلة العروة الوثقى إلى أهمية الوحدة وضرورتها للعالم الإسلامى فى خمسة عشر موضعاً وذلك على النحو الآتى:

١ ـ من الواجب على العلماء بحق الوراثة التى شرفوا بها أن ينهضوا لإحياء الرابطة الدينية ويتداركوا الاختلاف الذى وقع فيه الملك بتمكين الاتفاق الذى يدعو إليه الدين[١٣٨].

٢ ـ التعصب هو عقد الربط فى كل أمة وهو المزاج الصحيح الذى يوحد المتفرق منها تحت اسم واحد.. وهذه الوحدة هى مبعث المباراة بين كل أمة وأمة.. بما يتوفر لها من أسباب الرفاهية والهناء، وما تجمعه قواها من وسائل العزة والمتعة وسمو المقام ونفاذ الكلمة... وإن أقوى رابطة تربط بين المسلمين هى الرابطة الدينية.. وما توجهت عناية الإفرنج إلى بث الأفكار السابقة بين أرباب الديانة الإسلامية إلا لينقضوا بذلك بناء الملة الإسلامية ويمزقوها إربا وشعباً[١٣٩].

٣ ـ إن المسلمين لا يحتاجون فى صيانة حقوقهم إلا إلى تعبئة أفكارهم لمعرفة ما يكون به الدفاع واتفاق آرائهم على القيام به عند لزومه وارتباط قلوبهم عن إحساس بما يطرأ على الملة من الأخطار[١٤٠].

٤ ـ هل آن الأوان ليصبح العالم الإسلامى من أدرنة إلى يشاور دولة إسلامية متصلة الأراضى متحدة العقيدة يجمع أهلها القرآن.. أليس لكل واحد منهم أن ينظر إلى أخيه بما حكم الله فى قوله ﴿إنما المؤمنون إخوة﴾ فيقفون بالوحدة سداً يحول عنهم هذه السيول المتدفقة عليهم من جميع الجوانب.

لا التمس بقولى هذا أن يكون مالك الأمر فى الجميع شخصاً واحداً فإن هذا ربما كان عسيراً، ولكن أرجو أن يكون سلطان جميعهم القرآن ووجهة وحدتهم الدين... ولكل ذى ملك على ملكه يسعى بجهده لحفظ الآخر ما استطاع فإن حياته بحياته وبقاءه ببقائه[١٤١].

٥ ـ إلا أن الأمة إذا أحست ميلا إلى الوحدة فبشرهـا بما أعد الله لها فى مكنون غيبه من السيادة العليا والسلطة على متفرق الأمم(١٤٢).

٦ ـ دعا الديـن إلى الوحدة كمـا جاء فى قول صاحـب الشرع «إن المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضاً، وإن المؤمن ينزل مـن المؤمن منزلة أحد أعـضائه، إذا مس أحدهـا ألم تأثر لـه الآخر». وجاء فـى نهيه «ولا تقـاطعوا، لا تـدابروا ولا تحـاسدوا وكونوا عبـاد الله إخوانا» وأنذر من يـشذ عن الجماعة بـالخسران والهلكـة وضرب له مثل الشاة القاصية تكون فريسة الذئب(١٤٣).

٧ ـ الميل للوحدة والتطلع للسيادة وصدق الرغبة فى حفظ حوزة الإسلام كل هذه صفات كامنة فى نفوس المسلمين.. ولكن لـهاهم بعض ما أشرنا إليه فى أعداد ماضية وأذهلهم أزماناً عن سماع صوت الحق(١٤٤).

٨ ـ ليس بـبعيد على الإيـرانيين وعلى أفـكارهم أن يكونوا أول الـقائمين بتـجديد الوحدة الإسلامية وتقوية الصلات الدينية، كما قاموا فى بداية الإسلام بنشر علومه.. فيا أيها الفـارسيون... أنتم أحق المسلمين بـالتحالف مع الأفغانيين لـمساعدة روسيا فى محاولتها الاستيلاء على الهند وبذلك يصبح الإنجليز فى ارتباك شديد ويسهل بالتالى إخراجهم مـن مصر وروسيا كما يرى جـمال الدين فى مواضع أخرى أن إنجـلترا لن تستطيع إحكام قبضـتها على الهـند وإنما ستلجـأ إلى تشكيل ممـالك فى الهند يـديرها رجال من العائلات الملكـية القديمة وبذلك تستفيد كل من الـدولتين ويسهل إخراج الإنجليز من الشرق(١٤٥).

٩ ـ كان الألمانيون يختلفون فى الدين المسيـحى على نحو ما يختلف الإيرانيون مع الأفغانيـين فى مذاهب الديانـة الإسلامية.. فلمـا كان لهذا الاختلاف الفـرعى أثر فى الوحـدة السيـاسية ظـهر الضـعف فى الأمة.. وعـندمارجـعوا إلى أنـفسهـم وأخذوا بالأصول أرجع الله إليهم به القوة والشوكة ما صاروا به حكام أوروبا(١٤٦).

١٠ ـ جعل الله اتفاق الرأى فى المصلحة العامة والاتصال بحبل الألـفة فى المنافع الكـلية سببـا للـقوة.. فمـن نظـر نظرة فـى أحوال الـشعوب أدرك سـر الله فى قـوله

﴿واعتصموا بحبل الله جميعا ولا تفرقوا...﴾ وسر نهيه فى قوله ﴿ولا تنازعوا فتفشلوا وتذهب ريحكم﴾ أى جاهكم وعظمتكم وعلو كلمتكم(١٤٧).

١١ - على الأفغانيين أن يرفعوا أبصارهم... ويتقدموا للاتفاق مع إخوانهم الإيرانيين وليس لهم عذر ولا للتعلة محل... وحتى يصبح وفاقهم سياجاً لأوطانهم وعدة لمكافحة أعدائهم(١٤٨).

١٢ - مضى زمان فرط فيه الهنديون عند تدخل الإنجليز فى شئونهم... ولم يصغوا لدعوة الله فى طلب الاعتصام بحبله فذاقوا وبال أمرهم وسقطوا جميعاً تحت سلطة الدولة الإنجليزية.. قلما لفحتهم نيران القسوة أقبل بعضهم على بعض.. ونهضوا جميعاً للتخلص من أغلال ظالميهم من نحو أربع وعشرين سنة.. إلا أن إخوانهم الأفغانيين والبلوجيين والإيرانيين كانوا فى غفوة عما نهضوا إليه ولم يمدوا لهم يد المساعدة.. كما أنهم لم يرتبطوا فى ذلك مع العثمانيين. بعد هذا زحف العدو على بلوجستان وفرط الأفغانيون والإيرانيون فى تعضيدهم فتم له بذلك أن يسود فى جزء عظيم من أراضيهم ثم انقلب على الأفغانيين... وما ينبض فى الهندين عرق ولا مد من الإيرانيين ساعد ولا كانت بينهم وبين العثمانيين صلة... ثم اعتدى على الممالك العثمانية بسوق جيوشه إلى الأقطار المصرية(١٤٩).

١٣ - المصريون الآن.. إما أن يتكاتفوا ويتضافروا ويبذلوا أموالهم وأرواحهم فى حفظ شرفهم الإنسانى ومكانتهم العربية... ويستجيبوا لنداء عقيدتهم الإسلامية.. ويخلصوا أنفسهم من العبودية.. وإن هموا بذلك وجدوا لهم من إخوانهم المسلمين أنصاراً ينتظرون الآن حركة منهم(١٥٠).

١٤ - سميع الله خان هو أعظم الدهريين دهاء وأشدهم اجتهادا فى تضليل المسلمين وأدقهم حيلة وأقواهم مكراً فى إيجاد الوسائل لتفريق شمل المؤمنين وتمكين الحكومة الانجليزية فى أرض الهند يقوم هذا الخادع خطيباً فى محافل المسلمين فتسبق دموعه كلامه ويأتى بغاية ما عنده من الفصاحة لهدم أركان الديانة الإسلامية وإبطال عقائدها الأصلية(١٥١).

١٥ - إن جميع المسلمين فى الأقطار الهندية وما يتاخمها قائمون على قدم وساق

متهيئون لمواثبة أعدائهم وسالبى حقوقهم فبثبات ما من الدولة العثمانية يظهر له أثر عظيم يضطر الحكومة الإنجليزية إلى ترك مصر... ليس للدولة أن تضيع هذه الفرصة فقلما يأتى الزمان بمثلها.. الدول متألبة على الإنجليز.. وروسيا مشرفة على الهند والهنديون فى هياج وخطب السودان غير يسير فإن لم تأخذ الدولة حقها من الإنجليز فى هذا الوقت.. فمتى(١٥٢)؟

ومن دراسة المقتطفات السابقة الخاصة بالحديث عن الوحدة الإسلامية وأهميتها لمختلف بلدان العالم الإسلامى يتضح الآتى:

١ ـ إن الأفكار التى دارت حولها الوحدة الإسلامية هى كما يتضح من الجدول الآتى مرتبة حسب أهميتها:

جدول رقم (٤)

يبين الأفكار الخاصة بوحدة العالم الإسلامى فى صحيفة العروة الوثقى

التكرار	التكرار	التكرار
١	الوحدة لمقاومة الاستعمار الغربى	٥
٢	الوحدة من المقومات الأساسية للدين	٤
٣	الوحدة سبيل العزة والتقدم	٣
٤	مقاومة الاستعمار الغربى للوحدة	٢
٥	شكل الوحدة	١

بدراسة الأفكار الواردة فى الجدول السابق يتضح الآتى:

١ ـ كانت مقاومة الاستعمار الغربى وخاصة الانجليزى من أهم الأهداف الأساسية فى حياة جمال الدين الأفغانى لذلك فهو يؤكد على أهمية وحدة العالم الإسلامى فى سبيل مقاومة هذا الاستعمار، فهو تارة يدعو الأفغانيين والإيرانيين إلى الاتحاد ومساعدة الروس فى محاولة غزوهم للهند لأجل إضعاف الاستعمار الإنجليزى كما يدعو المصريين إلى الوحدة الوطنية وانتظار معاونة العالم الإسلامى لطرده منها ويدعو أيضا العثمانيين إلى معاونة مسلمى الهند واستغلال الظروف

الدولية التى فى غـير صالح الانجليز لطردهم منها.. وفى نـفس الوقت نجده يذكر بما أدى إليه عدم تحالف بلـدان العالم مع الهند فى أثناء احتلال الإنجلـيز لها وما ترتب على ذلك.

٢ ـ وكما أن الوحدة مـن العوامل الأساسية لمقـاومة الاستعمار الغربـى فإنها من المقومات الأساسية الـتى يدعو إليها الدين الإسلامى ويحض عـليها.. ولذلك حرص جمال الدين على أن يجعلها فى المرتبة الثانية من حيث أهميتها.

٣ ـ يلـى ذلك فى الأهمـية تأكيـد جمال الديـن الأفغانـى على الوحـدة باعتبـارها السبيل الوحيد لتقدم بلدان العالم الإسلامى.

٤ ـ ولهذا فهى تلقى أشد المقاومة من الدول الغربية.

٥ ـ وحتى لا يـعطى الأفغانـى الفرصة للاختـلاف بين الأمراء والحكام فـقد حدد شكل هذه الوحدة، وجعل الحـاكم فيها هو القرآن، ويظل كل حاكم قائـماً علي ملكه، يسعى بجهده لحفظ الآخر ما استطاع. فإن حياته بحياته وبقائه ببقائه.

مراجع الفصل الثانى

(١) د. محمد البهى: «الفكر الإسلامى الحديث وصلته بالاستعمار الغربي» مكتبة وهبة القاهرة ـ ط٢ ـ ١٩٧٥ ـ ص٨٦.

(٢) العروة الوثقى: ص ٢٤ ـ ٢٥.

(٣) العروة الوثقى: ص١٩٥.

(٤) العروة الوثقى: ص٢٠٠.

(٥) العروة الوثقى: ص ٢٠٦.

(٦) العروة الوثقى: ص ٢٠٧.

(٧) العروة الوثقى: ص ٢٠٨.

(٨) العروة الوثقى: ص ٢١٠.

(٩) العروة الوثقى: ص ٢١١.

(١٠) العروة الوثقى: ص ٢١٥.

(١١) العروة الوثقى: ص٢١٩.

(١٢) العروة الوثقى: ص ٢٢١.

(١٣) العروة الوثقى: ص ١٢٣.

(١٤) العروة الوثقى: ص ٢٢٦.

(١٥) العروة الوثقى: ص ٢٢٨.

(١٦) العروة الوثقى: ص ٢٢٩.

(١٧) العروة الوثقى: ص ٢٣٠.

(١٨) العروة الوثقى: ص ٢٣٠.

(١٩) العروة الوثقى: ص ٢٣٠.

(٢٠) العروة الوثقى: ص ٢٣١.

(٢١) العروة الوثقى: ص ٢٣١.

(٢٢) العروة الوثقى: ص ٢٣١

(٢٣) العروة الوثقى: ص ٢٢٦.

(٢٤) العروة الوثقى: ص ٢٣٨.

(٢٥) العروة الوثقى: ص ٢٤٠.
(٢٦) العروة الوثقى: ص ٢٤١.
(٢٧) العروة الوثقى: ص ٢٤١.
(٢٨) العروة الوثقى: ص ٢٤٢.
(٢٩) العروة الوثقى: ص ٢٤٣.
(٣٠) العروة الوثقى: ص ٢٤٤.
(٣١) العروة الوثقى: ص ٢٤٦.
(٣٣) العروة الوثقى: ص ٢٥٠.
(٣٣) العروة الوثقى: ص ٢٥٢.
(٣٤) العروة الوثقى: ص ٢٥٥.
(٣٥) العروة الوثقى: ص ٢٦٢.
(٣٦) العروة الوثقى: ص ٢٦٤.
(٣٧) العروة الوثقى: ص ٢٦٤.
(٣٨) العروة الوثقى: ص ٢٧٠.
(٣٩) العروة الوثقى: ص ٢٧٤.
(٤٠) العروة الوثقى: ص ٢٧٥.
(٤١) العروة الوثقى: ص ٢٧٦.
(٤٢) العروة الوثقى: ص ٢٧٧.
(٤٣) العروة الوثقى: ص ٢٧٨.
(٤٤) العروة الوثقى: ص ٢٨٣.
(٤٥) العروة الوثقى: ص ٣٨٥.
(٤٦) العروة الوثقى: ص ٢٨٥.
(٤٧) العروة الوثقى: ص ٢٨٧.
(٤٨) العروة الوثقى: ص ٢٨٩.
(٤٩) العروة الوثقى: ص ٢٩٠.

(٥٠) العروة الوثقى: ص ٣١٢.

(٥١) العروة الوثقى: ص ٢٩٩.

(٥٢) العروة الوثقى: ص ٢٩٩.

(٥٣) العروة الوثقى: ص ٣١٠.

(٥٤) العروة الوثقى: ص ٣٠٢.

(٥٥) العروة الوثقى: ص ٣٢٦.

(٥٦) العروة الوثقى: ص ٣٣٢.

(٥٧) العروة الوثقى: ص ٣١٥.

(٥٨) العروة الوثقى: ص ٣٢٤.

(٥٩) العروة الوثقى: ص ٣١٧.

(٦٠) العروة الوثقى: ص ٣٣٧.

(٦١) العروة الوثقى: ص ٣٣٩.

(٦٢) العروة الوثقى: ص ٣٤٣.

(٦٣) العروة الوثقى: ص ٣٤٦.

(٦٤) العروة الوثقى: ص ٤٤٨.

(٦٥) العروة الوثقى: ص ٤٣٩.

(٦٦) العروة الوثقى: ص ٣٥٣.

(٦٧) العروة الوثقى: ص ٣٥٤.

(٦٨) العروة الوثقى: ص ٣٥٦.

(٦٩) العروة الوثقى: ص ٣٦٠.

(٧٠) العروة الوثقى: ص ٣٦٤.

(٧١) العروة الوثقى: ص ٣٦٨.

(٧٢) العروة الوثقى: ص ٣٦٩.

(٧٣) العروة الوثقى: ص ٣٧٢.

(٧٤) العروة الوثقى: ص ٣٧٥.

(٧٥) العروة الوثقى: ص ٣٧٨.

(٧٦) العروة الوثقى: ص ٣٨٤.

(٧٧) العروة الوثقى: ص ٣٨٥.

(٧٨) العروة الوثقى: ص ٣٨٧.

(٧٩) العروة الوثقى: ص ٣٨٩.

(٨٠) العروة الوثقى: ص ٣٩٣.

(٨١) العروة الوثقى: ص ٣٩٨.

(٨٢) العروة الوثقى: ص ٣٩٩.

(٨٣) العروة الوثقى: ص ٤٠٣.

(٨٤) العروة الوثقى: ص ٤٠٧.

(٨٥) العروة الوثقى: ص ٤٠٨.

(٨٦) العروة الوثقى: ص ٤١٢.

(٨٧) العروة الوثقى: ص ٤١٨.

(٨٨) العروة الوثقى: ص ٤١٨.

(٨٩) العروة الوثقى: ص ٤٢١.

(٩٠) العروة الوثقى: ص ٤٢٥.

(٩١) العروة الوثقى: ص ٤٢٩.

(٩٢) العروة الوثقى: ص ٤٣٠.

(٩٣) العروة الوثقى: ص ٤٣١.

(٩٤) العروة الوثقى: ص ٤٣٤.

(٩٥) العروة الوثقى: ص ٤٣٥.

(٩٦) العروة الوثقى: ص ٤٥٣.

(٩٧) العروة الوثقى: ص ٤٤٧.

(٩٨) العروة الوثقى: ص ٤٣٩.

(٩٩) العروة الوثقى: ص ٨٥.

(١٠٠) العروة الوثقى: ص ١٨٧.
(١٠١) العروة الوثقى: ص ١٦٦.
(١٠٢) العروة الوثقى: ص ١٦٣.
(١٠٣) العروة الوثقى: ص ١٤٧.
(١٠٤) العروة الوثقى: ص ٧٦.
(١٠٥) العروة الوثقى: ص ١٧.
(١٠٦) العروة الوثقى: ص ٩٤
(١٠٧) العروة الوثقى: ص ١١٧.
(١٠٨) العروة الوثقى: ص ٧٨.
(١٠٩) العروة الوثقى: ص ١٢٦.
(١١٠) العروة الوثقى: ص ١٤١.
(١١١) العروة الوثقى: ص ١٥٣.
(١١٢) العروة الوثقى: ص ١٥٩.
(١١٣) العروة الوثقى: ص ١٧١.
(١١٤) العروة الوثقى: ص ١٧٣.
(١١٥) العروة الوثقى: ص ١٨٥.
(١١٦) العروة الوثقى: ص ١٨٩.
(١١٧) العروة الوثقى: ص ١٩١.
(١١٨) العروة الوثقى: ص ٣٩٧.
(١١٩) العروة الوثقى: ص ٤٢٠.
(١٢٠) العروة الوثقى: ص ٤٣٢.
(١٢١) العروة الوثقى: ص ٤٥٣.
(١٢٢) العروة الوثقى: ص ٥٢.
(١٢٣) العروة الوثقى: ص ٦٦.
(١٢٤) العروة الوثقى: ص ٧٣.

(١٢٥) العروة الوثقى: ص ٩٦.

(١٢٦) العروة الوثقى: ص ٩٧.

(١٢٧) العروة الوثقى: ص ١٠٣.

(١٢٨) العروة الوثقى: ص ١٠٩.

(١٢٩) العروة الوثقى: ص ١٢٦.

(١٣٠) العروة الوثقى: ص ١٢٨.

(١٣١) العروة الوثقى: ص ١٤٦.

(١٣٢) العروة الوثقى: ص ١٥٧.

(١٣٣) العروة الوثقى: ص ١٦٠.

(١٣٤) العروة الوثقى: ص ١٦٩.

(١٣٥) العروة الوثقى: ص ٢٢٨.

(١٣٦) العروة الوثقى: ص ٢٦٠.

(١٣٧) العروة الوثقى: ص ٣٢٨.

(١٣٨) العروة الوثقى: ص ٧٤.

(١٣٦) العروة الوثقى: ص ٨٠.

(١٤٠) العروة الوثقى: ص ١١١.

(١٤١) العروة الوثقى: ص ١٥١.

(١٤٢) العروة الوثقى: ص ١٥٧.

(١٤٣) العروة الوثقى: ص ١٦٧.

(١٤٤) العروة الوثقى: ص ٣٨٥.

(١٤٥) العروة الوثقى: ص ١١٢.

(١٤٦) العروة الوثقى: ص ١١٤.

(١٤٧) العروة الوثقى: ص ١١٦.

(١٤٨) العروة الوثقى: ص ١١٩.

(١٤٩) العروة الوثقى: ص ١٤٨.

(١٥٠) العروة الوثقى: ص ٤٠٢.

(١٥١) العروة الوثقى: ص ٤١٦.

(١٥٢) العروة الوثقى: ص ٤٢٨.

الفصل الثالث
مقومات نجاح العروة الوثقى

لانستطيع أن نطمئن إلى نجاح إية صحيفة ما لم يتوفر لها عاملان:

١ ـ مقدرتها على التأثير فى قطاعات الجماهير العريضة.

٢ ـ الانتشار الواسع.

وقد أثبت المؤرخون للعروة الوثقى توافر هذين العاملين، ويذكر لها أيضا بالفخر أنها إلى الآن مازالت الصحيفة الإسلامية الوحيدة التى حققت لنفسها عالمية الانتشار، ذلك أنها كما رأينا كانت تطبع فى باريس وتوزع فى مختلف أنحاء العالم الإسلامى، كما كان هناك الكثير من الصحف فى مختلف البلدان تنقل عنها، أو تترجم مقالاتها لتعلق عليها، أو ترد على ما فيها من موضوعات.

وعلى الرغم من مئات الصحف التى تصدر الآن ـ وعلى امتداد الساحة الإسلامية ـ فمازال أغلبها يفقد نفس العنصرين الذين توافرا للعروة الوثقى منذ مائة سنة تقريبا.

وهذا هو ما يحدونا الآن للقيام بهذه الدراسة التحليلية فى محاولة الوقوف على مبررات النجاح للعروة الوثقى، فقد تكون هى نفسها مبررات نجاح أية صحيفة إسلامية تبغى لنفسها هذا القدر من التأثير والانتشار.

ويمكننا أن نحدد الأسباب التى أدت إلى نجاح العروة الوثقى على النحو الآتى:

أولا: وضوح الهدف:

«إذا كانت الأهداف لفظا يعبر به عن الغايات التى توجه إليها جهودنا»[١]. فماذا يعنى وضوح الهدف بالنسبة للأفغانى، ذلك التأثر الذى كرس حياته وجهده وطاقته من أجل مقاومة الإستعمار فى كافة أشكاله، وألوانه وإيقاظ العالم الإسلامى من غفوته ودفعه دفعا نحو الأخذ بأسباب الحضارة والمدنية؟.

وإذا كان الهدف بالنسبة للعسكرين «يعنى أن قدرا كبيرا من التخطيط والتفكير يجب أن يترجم إلى جهود لبلوغ هذا الهدف، وأن نجاح حركة معينة، يحكم عليها على ضوء تحقيق الهدف. وأن النجاح فى بلوغ هدف ما له أثره فى باقى العمليات. وهذه بدورها لها أثرها فى النتيجة النهائية للحرب»(٢) فهل للهدف نفس المعنى عند الأفغانى؟ وما هى أهدافه التى ناضل من أجلها فى العروة الوثقى؟

ويجد المتتبع لحياة جمال الدين الأفغانى الإجابة الشافية على هذين السؤالين.. «فقد حدد هدفه وهو مقاومة الاستعمار الغربى، وحدد لنفسه الوسيلة التى يقاوم بها، وهى وسيلة الاثارة، والتكتيل الشعبى، عن طريق إلهاب العواطف واستفزاز الهمم الإنسانية والحماس الدينى.. إذ أن المستعمر كان حاكما للشعوب الإسلامية ومقاومته يجب أن تكون فى الصف الأول من الشعوب ذاتها، وتكتيل الشعوب وتجميع القوى المنثورة فيها يتبع إثارة العواطف قبل أن يتبع الاقناع بالحجة»(٣).

ولم يخرج الأفغانى قيد أنملة عن الطريق الذى اختطه لنفسه، وعندما دفعته الأحداث إلى إصدار العروة الوثقى، أصدرها لتحقيق الهدف الأساسى له وهو مقاومة الاستعمار الغربى.. وأصدرها مستندة إلى تكتل شعبى يتمثل فى جمعية: العروة الوثقى. «وهذه الجمعية تألفت كما يقول المؤرخ الكبير عبدالرحمن الرافعى لدعوة الأمم الإسلامية إلى الاتحاد، والتضامن، والأخذ بأسباب الحياة والنهضة، ومجاهدة الاستعمار وتحرير مصر والسودان من الاحتلال البريطانى. وكانت تضم جماعة من أقطاب العالم الإسلامى وكبرائه. وكانت الدعوة إلى اتحاد الشرقيين تتردد وتتوالى فى معظم(٤) مداولاتها».. «وهذه الجمعية هى التى عهدت إلى السيد جمال الدين إصدار هذه الصحيفة لتكون لسان حالها، فكان مديرا لسياستها، والشيخ محمد عبده رئيسا لتحريرها. فكانت مقالاتها جامعة بين روح جمال الدين وقلم الأستاذ الإمام»(٥). وكانت جميعها لا تخرج عن نطاق الهدف الأساسى، وهو مقاومة الاستعمار الغربى وخاصة الانجليزى.

وقد عمدت الصحيفة بكافة الطرق والوسائل إلى فضح سياسة الاستعمار الغربى وكشف أساليبه الملتويه، والتركيز على نقاط ضعفه، وحث المسلمين على مقاومته، وتشجيع الحركات الثورية، وبيان سوء موقفه الدولى، ودعوة الدولة العثمانية بحكم

ما لها من سلطان هائل على المسلمين إلى استغلال هذا السلطان والتلويح به لزلزلة قلوب الأنجليز.

بل إن العروة الوثقى عندما استهدفت تحقيق باقى أهدافها، فقد تناولتها من خلال زاوية مقاومة الاستعمار الغربى، فعندما دعت المسلمين إلى الوحدة. فقد كانت لمقاومة الاستعمار الغربى، وعندما ناقشت أسباب تخلف المسلمين فقد كان هدفها تحديد الأسباب التى أدت إلى ضعفهم، وبالتالى إلى طمع الأوربيين فيهم، حتى يمكن تلافيها ومقاومتها. وأيضا عندما حثت المسلمين على الجهاد فقد كان موجها أساسا ضد الاستعمار الغربى، وخاصة الانجليزى.

ولما كان تحديد الأولويات بين الأهداف لا يقل أهمية عن تحديد الأهداف ذاتها لذلك كان من الضرورى للداعية أن يرتب الأهمية ولا يضحى بالأهم لأجل ما هو دونه فى الأهمية»[٦]. وهنا نجد جمال الدين يرتب أهدافه حسب أهميتها فى تحقيق هدف مقاومة الاستعمار الغربى بل إننا نجده يرجىء مناقشة بعض أهدافه بتفصيل إذا ما كانت هذه المناقشة ستؤدى إلى تأخير تحقيق أهدافه فبالنسبة للوحدة الإسلامية مثلا نجد جمال الذين عندما يتعرض لمناقشتها يتوخى الحرص والحذر وخاصة بالنسبة لتحديد شكل هذه الوحدة فلا يشير إليها سوى مرة واحدة ويقول إنه يقصد بها الحكم بالقرآن وعلى أن يظل كل حاكم مكانه وذلك حتى لا يترك فرصة لاختلاف الحاكم وصراعاتهم حول من يكون خليفة للمسلمين. ويشغلون بذلك عن مقاومة الاستعمار الغربى.

ورغم حرص جمال الدين على تحديد أهداف العروة الوثقى منذ العدد الأول لإنشائها نجده يحرص دائما على أن تظل أهدافها واضحة ومحددة. وعندما يتهمه أعداؤه بتعصبه للدفاع عن مصالح المسلمين فحسب نجده فى العدد ١٨ رجب ١٣٠١هـ ١٥ مايو ١٨٨٤م ينفى عن نفسه هذا الاتهام ويؤكد اهتمامه بجميع الشرقين مسلمين وغير مسلمين بقوله «لايظن أحد من الناس أن جريدتنا هذه بتخصيصها المسلمين بالذكر أحيانا ومدافعتها عن حقوقهم تقصد الشقاق بينهم وبين من يجاورهم فى أوطانهم ويتفق معهم فى مصالح بلادهم ويشاركهم فى المنافع من

أجيـال طويلة، فـليس هذا مـن شأننـا ولا مما يميل إلـيه ولا يبـيحه ديـننا ولا تسمـح به شريـعتنا ولـكن الغـرض تحذير الشـرقيين عـموما والمسـلمين خـصوصا من تـطاول الأجانب عليهم والإفـساد في بلادهـم، وقد نخص المسلمين بالخطـاب لأنهـم العنصر الغالب في الأقـطار التي غدر بها الأجنبيـون وأذلوا أهلها أجمعين واستأثـروا بجميع خيراتها»(٧).

ويرجع حـرص جمال الديـن الأفغاني عنـد إصداره للعروة الـوثقى علـى تحديد أهدافها وإعلانـها صراحة منذ البداية عـلى صفحات أول عدد لمجلتـه وحرصه أيضا على إزالة أيـة شبهة تثار حـول هذه الأهداف إلى رغبتـه المخلصة في ضمـان النجاح لها.. ذلك أن تحديد الأهداف عنصر أساسي لـنجاح الدعوة وازدهارها ولذلك كانت رسـالات جميع الأنبياء واضحة فلم يكن في دعواتهم شيء غامض، أو مستتر. ولهذا قال تـعالى في مـوسى وهارون علـيهما الـسلام ﴿وَآتَيْنَاهُمَا الْكِتَابَ الْمُسْتَبِينَ﴾(٨) أي الواضح الذي لا لبس فيه ولا غموض.

«ولا جدوى طبـعا من تحديـد هدف ما إذا كان ذلـك الهدف غيـر عملي أو بـعيد المنال، ولـيس من الضـروري أن يتحقـق لمجرد قيام دلائـل الرغبة فـيه.. فلابد لـبلوغ الهدف من وجود مجموعة من المصالح المشتركة أي لابد من إيجاد مثل تلك المصالح المشتـركة بين الداعية والجـماهير المختلـفة التي لا غنـى عن تأييدها ومـوازرتها»(٩).
وهذا نفس ما حققـه الأفغاني في العروة الوثقى فقد كانـت أهدافه هي نفس أهداف جماهيـره العريضة علـى إمتداد ساحة العـالم الإسلامي، وكانت حـياته كلها تـرجمة عملية من أجل تحقيق هذه الأهداف.

وقد ساعد الأفغـاني على أن يؤسس أهدافه عـلى ضوء مشاكل الجمهـور ومطالبه واحتيـاجاته الملـحة، أنه عايـش هذه الجماهـير عن قرب.. فـقد تنقـل بين بلاد الهـند ومصـر والحجاز وإيـران وتركيـا.. كما رحـل إلى لـندن وباريـس وميونـخ في ألمانـيا وبطرسـبرج في روسيا.. ولـهذا فإنه حيـنما ربط بين أهـداف جماهيره وأهـدافه كان يعتمد على أساس مـن الفهم الحقيقي لواقعها فنجده يتـحدث عن أهل مصر وما ألم بهم ويدعوهم إلى المقاومـة ويحذرهم من مصير كمصير الهنـد وعندما يحدث أهل

بلوخستان يضرب لهم المثل بأفغانستان ويقول عنهم «كانوا يرون حركات الإنجليز فى أفغانستان على مواقع أنظارهم ولا يجيش لهم جأش، ولم تكن لهم نعرة على إخوانهم»(١٠) . وعن الأفغانيين يقول «كانوا يشهدون تدخل الانجليز فى بلاد فارس ويضجرون ولا يتململون»(١١) . وهو بذلك يريد أن يوجد بينهم مصلحة مشتركة وهدفا واحدا يعملون من أجله وهو مقاومة الإستعمار الغربى.

وبهذا نجح الأفغانى فى أن يوحد بين أهدافه من الاتصال بالجماهير وبين أهداف هذه الجماهير المختلفة وأن يجعل منها وحدة واحدة لمقاومة الإستعمار الغربى وهذا الإتفاق بين أهداف كل من الداعية والجمهور من أهم العوامل التى تساعد على نجاح بالإتصال.

فاننا لنجاح الاتصال كما يقول العلماء يجب ألا يكون هناك أى تعارض بين هدف كل منهما.. «فحينما تتعارض أهداف كل منهما ينهار الاتصال. وحينما يكون الهدفان مستقلين أو يكمل كل منهما الآخر يستمر الاتصال، وعلى هذا فإن قيام الداعية بتحديد ما يستهدفه هو من الاتصال وتحديد أهداف الجمهور من المساهمة فى عملية الاتصال ومراد هذه الأهداف وبعضها يساعد على نجاح الرسالة الإعلامية كما يمكن الداعية من زيادة إقبال الجمهور على ما يقدمه من مادة»(١٢).

أما بالنسبة للعروة الوثقى فقد كان هدفها منذ البداية واضحا ومحددا ولم تخرج قيد أنملة خلال فترة صدورها عما ارتسمته لنفسها من أهداف وكانت هذه الأهداف نفسها هى نفس الأهداف التى كانت تجيش فى صدور قرائها فى كافة أوجاء العالم الإسلامى. ومن هنا يتضح لنا سبب هام من أسباب نجاح العروة الوثقى وانتشارها هذا الإنتشار الواسع بين مختلف أنحاء العالم الإسلامى.

ثانيا: مركز الأفغانى فى النظام الاجتماعى والثقافى

يؤثر المركز الذى يشغله القائم بالاتصال على مدى نجاحه وفاعليته «والمركز الإجتماعى هو المرتبة التى يضع أفراد الجماعة فردا منهم بناء على السمات والصفات التى لهذا الفرد والتى ينظر إليها أفراد الجماعة بالتميز والاحترام أو بالإعراض

والاحتقار فمثلا إذا كانت هناك جماعة دينية ووجد بين أتباعها من يتبع تعاليم الدين ويسلك السلوك المتمشى معها فإن فى صفاته هذه بين الجماعة ما يمنحه مكانة اجتماعية عالية»(١٣).

وللمكانة الاجتماعية للقائم بالاتصال أثر كبير على مقدرته الاتصالية. وهناك العديد من الدراسات التى تثبت هذا الأثر «فقد وجد ليونبر جر عام ١٩٥٩ أن قادة الفكر فى مجال الزراعة ينتشرون بوجه عام على طول جبهة التنظيم الإجتماعى بما تحويه من قطاعات مختلفة. ولكنهم يتمركزون فى القسم الأعلى من هذا التنظيم وعلى وجه العموم وجد أن الفلاحين يميلون إلى طلب النصيحة من قادة الفكر الذين يعلونهم قليلا فى المركز الاجتماعى»(١٤).

وقد أشار «برلو» فى نموذجه إلى أهمية المركز الاجتماعى للقائم بالاتصال ويقول فى هذا الصدد «نحن فى حاجة إلى أن نعرف أنواع النظم الاجتماعية التى يعمل فى إطارها ومكانته الاجتماعية والأدوار التى يؤديها والمهام التى يجب أن يقوم بها والوضع الذى يراه الناس فيه والاطار الثقافى الذى يعمل فيه والمعتقدات الثقافية والقيم المسيطرة عليه وأنواع السلوك المقبولة أو غير المقبولة فى ثقافته وإلى معرفة تطلعاته أو توقعاته وتوقعات الآخرين عنه(١٥).

ويرجع السبب فى رأينا فى الأثر الذى يحدثه المركز الاجتماعى للفرد إلى عاملين هما:

١ ـ الميل إلى المحاكاة: وهى خاصية من خواص الايحاء تجعل الفرد يتأثر بمشاهدة الآخرين وهم يسلكون سلوكا معينا أو يقومون بعمل من الأعمال وخاصة إذا كان ذا مركز اجتماعى متميز(١٦).

٢ ـ الثقة: ففكرة الجمهور الذى يتعامل معه الداعية أو القائم بالاتصال عن الداعية نفسه تؤثر على نجاحه.. وهذه الفكرة تختلف قليلا باختلاف الصفات المميزة لكل من الجمهور والداعية كما أنها تقرر إلى حد بعيد مدى الاتصال الذى سوف ينشأ بين الداعية والجمهور، وعادة يكون السبب فى هذه الثقة الناشئة بين الجمهور

والداعية راجعة إلى ما استحوذ عليه الداعية أو القائم بالاتصال من صفات ومؤهلات وثقافة.. ولذلك فهو فى إعتبار الجمهور لن يفعل إلا صوابا أو لأنه بحكم ما ورثه من مكانه اجتماعية ومركز متميز وما صحب ذلك من تنشئة حسنة تجعله لا يتخذ إلا قرارا صائبا.

وبتطبيق هذا المفهوم على جمال الدين الأفغانى نجد أنه ولد سنة ١٨٣٨م (١٢٥٤ هجرية) فى «سعد آباد» إحدى القرى التابعة لخطة «كنر» من أعمال «كابل» عاصمة الأفغان ووالده السيد «صغتر» من سادات «كنر» الحسينية، ويتصل نسبه بالسيد على الترمذى المحدث المشهور ويرتقى إلى سيدنا الحسين بن على بن أبى طالب كرم الله وجهه وهذا يعنى أنه ينتسب إلى السلالة النبوية الطاهرة ويجرى فى عروقه الدم العربى الأصيل ومن هنا جاءالتعريف عنه بالسيد جمال الدين الحسينى الأفغانى(١٧).

وإلى شرف النسب فقد كان لأسرة جمال الدين منزلة عالية فى بلاد الأفغان لمقامها الاجتماعى والسياسى إذ كانت لها الإمارة والسيادة على جزء من البلاد الأفغانية تستقل بالحكم فيه إلى أن نزع الامارة منها «دوست محمد خان» أمير الأفغان وقتئذ وأمر بنقل والد السيد جمال الدين وبعض أعمامه إلى مدينة «كابل» وانتقل الأفغانى بانتقال والده إليها وهو بعد فى الثامنة من عمره، فعنى أبوه بتربيته وتعليمه على ما جرت به عادة الأمراء والعلماء(١٨).

وكانت مخايل الذكاء وقوة الفطرة وتوقد القريحة يبدو عليه منذ صباه، فتعلم اللغة العربية والأفغانية والفارسية وتلقى علوم الدين والتاريخ والمنطق والفلسفة والرياضيات فاستوفى حظه من هذه العلوم على أيدى أساتذة من أهل تلك البلاد على الطريقة المألوفة فى الكتب الإسلامية المشهورة، واستكمل الغاية من دروسه وهو بعد فى الثامنة عشرة من عمره.

ثم سافر إلى الهند وأقام بها سنة وبضعة أشهر يدرس العلوم الحديثة على الطريقة الأوربية فنضج فكره واتسعت مداركه وكان بطبعه ميالا إلى الرحلات واستطلاع أحوال الجماعات فتنقل بين مختلف أنحاء العالم الإسلامى وبين بعض البلدان

الأوربية دارسا ومتأملا ومتعلما ومقارنا بين أحوال الشرقيين وماهم عليه من تأخر وأحوال الغربيين وما يسودهم من تقدم وفى إطار كل هذا يتابع ما يدور من أحداث وما يحاك من مؤامرات بنظر ثاقب وفكر مستنير ويقرأ كل ما يصل إلى يده من كتب فى مختلف أنواع العلوم كما كان على اتصال دقيق بالتيارات الفكرية العالمية مما جعله يبدو دائما صاحب عقلية عصرية قادرة على تقبل جميع نواحى الفكر فى زمنه، هذا فضلا عما كان يتميز به من سمو نفسى وعلو همة ومتانة خلق وتوقد ذهن وقوة ذاكرة ودقة فى الملاحظة ونشاط لا يكل وشجاعة لا تعرف الخوف مع نفوذ ساحر وسمت مهيب جليل.

وهكذا تبلورت شخصيته واجتمع له إلى جانب المركز الاجتماعى والمركز الثقافى داخل المجتمع الإسلامى بوصفه عالما وفيسلوفا وكاتبا.. الأمر الذى جعل له مركزا خاصا.. وحديثا مسموعا فى كل مجتمع وفد إليه. فقد جذبت إليه هذه المزايا قلوب كثير من الأمراء وأرباب المقامات العالية وأهل العلم والأدب كما التفت حوله أذكياء التلاميذ الذين أخذوا عنه وتأثروا به.

وقد ظهر أثره فى مصر عند «محمد عبده» ومدرسة السلفية وفى الجزائر فى جمعية علماء الجزائر لمؤسسها المرحوم «عبدالحميد بن باديس» وفى أندونسيا فى حركة تجديد المنار وفى الهند فى جماعة أهل الحديث وفى ندوة العلماء لمؤسسها «محمد شبل النعمانى» وفى مدرسة دار العلوم بباكستان(١٩).

وبينما نجد لجمال الدين كل هذا الاعتراف والتقدير من جانب جميع أبناء الشرق دون استثناءباعتباره «كما يقول محمد إقبال» «إنسانا له نظرة عميقة فى تاريخ الفكر الإسلامى والحياة الإسلامية» وصاحب فلسفة واقعية لتطوير الشرق وازدهاره، كرس حياته من أجل نشرها وقاوم لذلك الإستعمار الغربى فى جلد وصبر وقوة.

ويؤكد هذا التقدير والاعتراف بمكانة الأفغانى موقف المستشرقين منه فقد حاولوا كما يقول الدكتور محمد البهى فى كتابه الفكر الإسلامى الحديث وصلته بالاستعمار الغربى(٢٠)، حاولوا وزنه وتقديره فى جانبه الفكرى على أساس أنه لم يكن عميق

التفكير ولم يكن الشخص الذى يمكنه أن يفيد العالم الإسلامى فى عرض أفكاره وتعاليمه له.

فنرى المستشرق الإنجليزى «جب» عضو مجمع اللغة العربية بالقاهرة فى كتابه الاتجاهات الحديثة فى الإسلام: The Modern Trends in Islam

يرد على محمد إقبال رأيه فى جمال الدين بأنه «لو ركز قوته الذهنية فى خدمة الإسلام كنظام للتوجيه الإنسانى والحياة الاعتقادية للإنسان لوجد العالم الإسلامى اليوم على أساس أقوى بكثير» ويعقب «جب» على ذلك بقوله: «إن العمل الوحيد الذى نشر لجمال الدين هو كتاب (الرد على الدهريين) وهو عمل لا يوحى مطلقا بأن جمال الدين إنسان له هذه الاستطاعة العقلية على نحو ما تنبأ به إقبال».

أما غيره من المستشرقين أمثال «براون» و «آدمز» فقد وجدا فيه شخصية تملكها الحقد على الاستعمار الغربى بعد أن تمكنت منه العاطفة غير المعتدلة فى أحكامه وفى مقاييسه «وهذا لأن جمال الدين واجه الاستعمار الغربى وجها لوجه ولم تضعف إرادته فى مقاومته ولم يدار أو يموه بالنسبة لنقائص الغرب فى المجتمع البشرى وقد أشاد بالإسلام فى مواجهة المسيحية».

وفى إطار هذا المركز لجمال الدين الأفغانى فى مختلف أنحاء العالم الإسلامى والذى تؤكده الحفاوة البالغة التى كان يقابل بها فى كل بلد ذهب إليه فى الهند وإيران ومصر وتركيا بل فى بعض البلدان الأوربية ولذلك فإن لم يكد يعلن عن عزمه على إصدار العروة الوثقى حتى تصدت الصحف الإنجليزية لمقاومته ويقول فى هذا الصدد: «عزمنا على إنشاء جريدتنا هذه فعلم بذلك بعض محررى الجرائد الفرنسية فكتبوا عنها قبل صدورها غير مبينين لمشربها ولا كاشفين عن حقيقة سيرها، ولما وقف على الخبر محررو الجرائد الإنجليزية المهمة أخذتهم الحدة واحتدمت فيهم الحمية وأنذروا حكومتهم بما قد تؤثر هذه الجريدة فى سياسة الإنجليز ونفوذها فى البلاد الشرقية وألحوا فى إغرائها بها. بل وألحوا عليها أن تجد وسيلة لمنع الجريدة من الدخول إلى البلاد الهندية والبلاد المصرية بل تطرفوا فنصحوها أن تلزم الدولة

العثمانية بالحجر عليها. كل هذا كان منهم قبل صدور أول عدد منها، وقبل أن يقف ولا واحد منهم على مذهبها السياسى.

على أن الأمر الذى لم يخف عليهم هو أن الذى يحدد سياستها هو جمال الدين نفسه وهذا وحده من وجهة نظرهم كاف لإغلاقها.

وهذا يؤكد ما ذهبنا إليه من أن مركز الأفغانى الإجتماعى والثقافى كان من العوامل التى ساعدت على نجاح العروة الوثقى. وهو الذى أدى إلى انتشارها وإقبال الناس عليها فى مختلف الأقطار والأمصار.

ثالثا: إتجاهات الأفغانى:

يعنى الأتجاه أصلا، وضعا معينا يتخذه الجسم للقيام بفعل معين، أى أن إستعداد فيزيقى يتمثل فى إتخاذ وضع معين لأداء فعل، إلا أن معنى الاتجاه أخذ يتسع شيئا فشيئا لكى يغطى جميع أنواع الاستعدادات التى تتخذ للقيام بأفعال، سواء كانت هذه الاتجاهات ظاهرة، أو نفسية كامنة(٢١).

ويعرف البورت» الاتجاه بأنه ذلك الاستعداد العصبى والعقلى الذى يتكون نتيجة الخبرات المتوالية التى توجه إستجابات الأفراد إزاء الأشياء والمواقف المختلفة(٢٢).

وتؤثر هذه الاتجاهات على عملية الاتصال بصورة مباشرة، فالاتجاهات التى يحملها القائم بالاتصال تؤثر على عملية الاتصال بالمستقبل أو الجمهور، سواء من حيث الطريقة التى ينظر بها إلى نفسه، أو إلى الآخرين، أو إلى موضوع الاتصال ذاته.

فآراء القائم بالاتصال السابقة، وإهتماماته، واستعداداته، تؤثر على فاعلية الاتصال، «فهو لن ينقل شيئاً لا يتفق مع إهتماماته، وقيمه السابقة، وقد يحرف ما يقدمه أو يفسره بطريقة تجعلها تتفق مع آرائه، كما أنه قد يهملها أحياناً ولا يقدمها لقرائه إذا كانت لا تتفق معها»(٢٣).

وبالنظر إلى إتجاهات جمال الدين واستعداداته وقيمه نجد أنها تأثرت ببيئته وثقافته والظروف التى عاصرها واحتكاكه بالاستعمار الغربى من ناحية، ثم بتنقلاته بين

أرجاء العالم الإسلامى مما جعله يقف على نواحى القوة فى جانب ونواحى الضعف فى جانب آخر الأمر الذى جعله يفكر فى كيفية خلاص العالم الإسلامى من هذا الوضع المشين، وينتهى بفكره إلى أسلوب لتحقيق هذا الخلاص، مما أدى به حينما دعت الظروف إلى إنشاء صحيفة العروة الوثقى إلى وضوح المقصد من ناحية، والحرص من ناحية أخرى على تحديد المواقف الإيجابية التى ينبغى الأخذ بها تجاه كل مشكلة من المشكلات، سواء كان ذلك على مستوى الحكومات، أو القائمين بالاتصال.

وتنقسم الاتجاهات كما يقول علماء النفس إلى ثلاثة أنواع من الاتجاهات هى:

١ ـ اتجاهات الفرد نحو نفسه.

٢ ـ اتجاهات الفرد نحو الجمهور.

٣ ـ اتجاهات الفرد نحو الموضوع.

إتجاهات الفرد نحو نفسه:

يؤثر اتجاه الفرد نحو نفسه على مدى فاعليه الاتصال، فإذا كان إتجاهه نحو ذاته سلبياً، يحتمل أن يؤثر هذا التقييم للذات على نوع الرسالة التى يصنعها من ناحية، كما أنه من ناحية أخرى يصبح أقل ثقة فى نفسه، وهذه الفكرة السيئة عن النفس ينقلها إلى الآخرين لا شعورياً فتقلل من احتمالات نجاحه. أما إذا كان اتجاهه ايجابيا، وأنه يعتقد أنه محبوب، فقد يجعله هذا الاعتقاد ناجحا لثقته فى نفسه[٢٤].

وإذا نظرنا إلى جمال الدين، نجد أن إيمانه بنفسه كان لا يتزعزع وثقته بها لا حدود لها، ذلك أنها ثقة المؤمن بربه الواثق من نصره والمدافع عن الحق. وقد ظهرت هذه الثقة من حرصه على أن يؤكد دائما لقرائه «أن المخلصين فى إيمانهم، الواثقين بوعد الله فى نصر من ينصره، الثابت فى قوله «إن تنصروا الله ينصركم ويثبت أقدامكم، لا يتخلفون عن بذل أموالهم وبيع أرواحهم»[٢٥]، وتظهر فى قوله ـ عندما منع الانجليز العروة الوثقى من دخول مصر ـ «إننا لا يعجزنا عن بث أفكارنا فى البلاد الشرقية سواء كان بهذه الجريدة أو بأية وسيلة أخرى إذا أدى الحال»[٢٦].

وهناك حادثة طريفة توضح لنا مدى عمق ثقة الأفغانى فى نفسه وتكشف لنا مدى قوة شخصيته وعظمته النفسية أنه «حين نفى من مصر أوائل عهد الخديوى توفيق فقد أنزل إلى البحر فى السويس خالى الجيب، فجاءه قنصل إيران فى ذلك الثغر وكان معه جماعة من الماسونية ومعه نفر من تجار العجم وقدموا إليه مقداراً من المال على سبيل الهدية أو القرض الحسن فأبى أن يأخذ منه شيئاً وقال لهم «إحفظوا المال فأنتم إليه أحوج، إن الليث لا يعدم فريسته حيثما ذهب»(٢٧).

وهذه الثقة هى التى أمدته بعزم لا يلين وقوة بأس فى مقاومة المستعمر فى مختلف أشكاله وألوانه، كما انتقلت منه إلى أتباعه ومريديه وتلاميذه الذين اقتبسوا منه هذا القبس فانطلقوا فى كل إتجاه يحاربون المستعمر بكافة الوسائل الممكنة.

وقد تبين لنا من خلال العروة الوثقى كيف انعكست هذه الثقة على الأفكار التى قدمها والخاصة بمقاومة المستعمر وكيف قدمها بوضوح وصراحة ودون أن يتكتم أو يخفى مقاصده، واستخدم لعرضها كافة الأساليب الفنية الموثرة والمؤدية إلى الإقناع.

٢.الاتجاه نحو الموضوع:

إتجاه القائم بالاتصال نحو الموضوع من العوامل التى تحدد فاعلية الاتصال وعلى سبيل المثال «فنحن حينما نقرأ مقالا أو كتابا أو حينما نستمع إلى مدرس أو محاضر يتكون لدينا إنطباع عن إتجاه الكاتب أو المتحدث نحو الموضوع وهل هو مقتنع أم لا، وهل يتحدث عنه بإيمان وعقيدة حقيقية أم يتظاهر بالتحمس له وحينما لا يؤمن القائم بالاتصال أيا كان عمله بصدق ما يقول يصبح من الصعب عليه أن ينقل بفاعلية أية معلومات»(٢٨).

وبتحليل الموضوعات التى تناولتها العروة الوثقى خلال فترة صدورها يبدو لنا مدى إيمان جمال الدين وإقتناعه بها الأمر الذى أدى إلى سلامة أسلوبه وقوة تأثيره والحرص على تكرار الفكرة وتناولها بأكثر من أسلوب وبأكثر من زاوية.

كما أننا بتحليل حياة الإمام الأفغانى نجدها كانت كلها ـ كما يقول المؤرخ الكبير «عبدالرحمن الرافعى» لبعث روح النهضة والحرية فى أمم الشرق قاطبة، ومن أجل

هذا الهدف قاوم الأفغانى الاستعمار وحدد أسباب التخلف ودعا إلى الوحدة وإلى الجهاد فى سبيل الله وأصابه ما أصابه من النفى والحبس والتضييق وخذلان الأنصار والأعوان. وبرغم ذلك ظل مخلصاً لأفكاره مؤمنًا بمبادئه لم يتغير عنها لحظة إلى درجة جعلته فى أخريات أيامه يتصور لتحقيقها أسلوباً أكثر عنفاً وشدة كما يقول الأمير شكيب أرسلان، فقد ذكر عنه(٢٩) «أنه لقيه بالأستانه وكان من شدة ما يجده من الألم لحال الإسلام تخطر له خواطر نادرة فى هذا الموضوع فقال له مرة. «قد فسدت أخلاق المسلمين إلى حد أن لا أمل بأن يصلحوا إلا بأن ينشئوا خلقاً جديداً، وحبذا لو لم يبق منهم إلا كل من هو دون الثانية عشرة من العمر فعند ذلك يتلقون تربية تسير بهم فى طريق الإسلام.

٣. الاتجاه نحو الجمهور:

يؤثر هذا النوع من الاتجاهات على قدرة القائم بالاتصال، وهو يعنى إحساس الجمهور بحب القائم بالاتصال لهم، فحينما يدرك الجمهور ذلك يصبحون أقل إنتقاداً لرسائله، وبالتالى أكثر تقبلا لكل ما يقوله لهم، وقد يعبرون عن ذلك أحيانا بالقول بأن هذا الداعية أو الصحفى موفق أو أن هناك شيئاً ما فى المتحدث يجعل المستمع يحبه، وعلى ذلك فاتجاه المصدر نحو متلقى الرسالة من العوامل التى تحدد مدى فشل أو نجاح الاتصال(٣٠).

ومن الممكن للقائم بالاتصال أن يجعل الناس يحبونه فعلا إذا أظهر فى تعامله مع الجمهور مزيداً من الاهتمام بهم.

وبذلك لا يكون القائم بالاتصال خادم الجمهور ولسان حاله بل دليله ومرشده أيضاً وهذا الاحساس المتبادل من شأنه أن يزيد إقبال الجمهور على المادة ويوفر لها درجة كبيرة من الانتشار.

وقد برز إتجاه الأفغانى نحو جمهوره ليس فى كل صفحات العروة فقط وإنما برز على إمتداد حياته كلها، فقد كانت كلها للدفاع عن مصالح الشرقيين وإيقاظهم من سباتهم، وحثهم على التنبه لما يحاك لهم من مؤامرات.

ولذلك شعر الجمهور بهذا الحب من الأفغانى وبادله نفس الشعور، فكلما ذهب إلى بلد وجد للترحاب والتقدير والإقبال من جانب أفراد الشعب البسطاء الذين طالما دافع عن حقوقهم ولعل هذا يفسر لنا هذا الانتشار الواسع الذى لقيته العروة الوثقى فى مختلف بلدان العالم الإسلامى.. والنجاح الواسع الذى لقيته ومازلنا نشيد به ونتدارسه حتى الآن.

رابعا: ثقافة الأفغانى وأثرها على نجاح العروة الوثقى:

يعتبر القائم بالاتصال القوة المحركة لانجاح أية دعوة أو فكرية، ومن الجوانب الهامة التى تؤثر على مدى كفاءته مستوى معرفته وثقافته العامة، ذلك لأن التعليم هو عصب الاتصال والقائم بالاتصال هو المعلم الذى ينفخ فى الفكرة الروح ويجرى فى عروقها الدم ولهذا كان هو وحده الإدارة والتوجيه والمنهج والكتاب والمعلم.

وليس كافياً له أن يكون ملماً بالموضوع الذى يتحدث فيه أو يقدمه لقرائه، وإنما الإطار العام لثقافة القائم بالاتصال يجب أن يتسع ليشمل كافة ألوان المعرفة التى تساعده على تحقيق هدفه النهائى وهو التأثير فى الجمهور أى جعله يتقبل الفكرة ويؤمن بها ويصدر عنها فى سلوكه وتصرفاته ثم يتحول إلى الدفاع عنها ونشرها بين باقى أفراد المجتمع.

وحتى يصل القائم بالاتصال إلى هذه الدرجة لابد أن يزود نفسه بمجموعة المعارف المساعدة وتتعدد هذه المعارف لتشمل الجوانب الآتية:

١ ـ قدر معرفة القائم بالاتصال لنفسه.

٢ ـ قدر معرفة القائم بالاتصال عن الموضوع.

٣ ـ قدر معرفة القائم بالاتصال عن الجمهور.

٤ ـ قدر معرفة القائم بالاتصال عن الظروف المحيطة.

٥ ـ قدر معرفة القائم بالظرف الاتصالى المناسب.

٦ ـ قدر المعرفة العامة أو الإطار العام لثقافة القائم بالاتصال.

أما بالنسبة للأفغانى فقد توافرت له هذه الألوان من المعارف وذلك كما يلى:

١. قدر معرفة الافغانى لنفسه:

هناك حكمة شائعة تقول خيركم من عرف يقدر لنفسه، فمعرفة النفس لصف الطريق إلى النجاح. وأكثر الناس إحتياجا لمعرفة أنفسهم هم من يعملون فى حقل الإتصال بالجماهير. لأنهم على أساس هذه المعرفة يحددون أهدافهم ويحددون الرسائل التى يقدمونها إلى الجمهور وطريقة التعامل معه.

وتؤثر معرفة القائم بالاتصال لنفسه على مدى حيويته وحرارته أثناء عملية الاتصال ذلك أنها تجعله أكثر حيوية وحرارة وأكثر ديناميكية كما يقول الباحثون «برلو» و «لمبرت» و «ميرتز»، و «يشيرون بذلك إلى أن المتحدث الذى يبدو فى الظرف الاتصالى حيوياً ونشيطاً يعتبر على درجة عالية من التصديق بخلاف الذى يبدو متعباً. وإدراك الجمهور هذه الخاصية وهو يتفاعل مع القائم بالاتصال من العوامل الموثرة على نجاح الاتصال(٣١).

وقد عبر سليم حنحورى عن هذه الحالة لدى الأفغانى، فيقول فى معرض حديثه عن مجلس الأفغانى وتلامذته الذين كانوا يتسابقون إلى إلقاء أدق المسائل عليه وأنه كان «يحل عقد إشكالها فرداً فرداً. ويفتح إغلاق طلاسمها ورموزها واحداً واحداً بلسان عربى مبين لا يتلعثم ولا يتردد، يتدفق كالسيل من قريحة لا تعرف الكلال فيندهش السامعون ويفحم السائلين ويبكت المعترضين»(٣٢).

كما أن من عرف نفسه عرف حكمة وجوده وهدف حياته وانطلق يعمل من أجل هذا الهدف، والأفغانى لم يكن بمن تخفى عليه نفسه ولا هدفه، ولا بمن تخفى عليه قدراته النفسية والعقلية ومقدرته على تحقيق هدفه ولذلك كان لا يسأم فى كل أحاديثه كما يقول عنه تلميذه الأكبر الأستاذ الإمام الشيخ محمد عبده من الكلام فيما يثير العقل، ويطهر العقيدة، ويذهب بالنفس إلى معالى الأمور أو يستلفت النظر فى الشئون العامة مما يمس مصلحة البلاد وسكانها.

٢. قدر معرفة الافغانى عن موضوع الاتصال:

يجب أن يكون قدر المعرفة لدى القائم بالاتصال عن الموضوع الذى ينقله معقول،

فنحن لا نستطيع أن ننقل ما لا نعرفه ولا نستطيع أن ننقل بأقصى حد من الفاعلية مضمونا لا نفهمه(٣٣).

وإذا كان قدر المعرفة لديه أكثر من اللازم فإنه قد يخطىء لأنه سيستخدم مهاراته على الاتصال بشكل فنى جدا لا يستطيع الجمهور أن يفهمه وكما أنه فى حاجة إلى أن يعرف شيئاً عن الموضوع الذى يقدمه فهو أيضا فى حاجة إلى أن يعرف كيف يعرض موضوعه بفاعلية من أجل أن يحقق التأثير المطلوب(٣٤).

ومعرفة جمال الدين بالموضوعات التى تناولها فى صحيفته كما أشرت سابقاً متكاملة ذلك أنه عاشها بفكره وقلبه وأعصابه ولم يصدر عنها إلا بعد أن أصبحت فكراً حيا يكمل بعضه بعضا ويأخذ بعضه بزمام بعض حتى ينتهى به إلى الغاية المقصودة وهى تحقيق نهضة المسلمين وتقدمهم وحمايتهم من أطماع العالم الغربى.

٣.مستوى معرفته عن الجمهور:

فهم القائمين بالاتصال لجماهيرهم من العوامل التى تساعد فى النهاية على نجاح الاتصال، فلابد أن يحاطوا علما بمقدار ما يعرف الجمهور عن الموضوعات التى يتناولها الإعلام وعن الاتجاهات التى يتمسكون بها مما قد يؤثر على قبوله لها أو رفضها وعن نوع اللغة والرمز الذى يستطيعون أن يفهموه، كما يجب أن يكونوا على علم بنظام الاتصال السائد وظروف الجمهور السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتاريخية والنفسية(٣٥).

ومما لا شك فيه فقد كانت معرفة جمال الدين لجمهوره وثيقة فقد وضع فى إعتباره مقدرته على الاستيعاب ولذلك نجده لم يقدم الأسباب إلى تخلف العالم الإسلامى جملة واحدة كما أشرنا إلى ذلك من قبل، ولم يقدم له ما يمكن أن يثير حساسيته كما حدث عندما تكلم عن شكل الوحدة المنتظرة إذ أشار إليه بإيجاز دون الدخول فى تفصيلات. ولم يتعال فى كتاباته بإظهار مقدرته اللغوية حتى يظهر تفوقه مع أن الصنعة اللفظية فى وقته كانت من عوامل تباهى الكتاب، فضلا عن أنه أدرك دور كل من الجمهور والقائمين بالاتصال فكان فى كل ما يتناوله من أفكار بعد أن

يوجه الخطاب للجمهور يتجه إلى العلمـاء وقادة الرأى منبها ومذكرا بما يجب عليهم حيال هذا الجمهـور. وهذا يعد إيمانا منه بأهمـية عنصر الاتصال الشخصـى فى التأثير ونشر الأفكار فضلا عن أنه يعطى الفرصة للتـغلب على جهل الكثيرين بالقراءة الأمر الذى يحول دون إنتشار أفكاره.

هذا بالإضافة إلـى أن حسن دراسته للأحوال السـياسية والاقتصادية والاجـتماعية للبلدان الإسلامـية والدول الأوربية قد مكنته مـن إستبطان النتائج والتـنبؤ بالأحداث وهو الأمـر الذى عابـه عليه صـاحب جريـدة «أخبار عـام» حينـما تنبـأ جمال الـدين بإحتلال الروس لمدينة «سرخس» وأنكر هذا الأخير ذلك ويقول جمال الدين بعد أن أثبتت الأحداث صدق حدسه «وله بعد أن رأى مـن صدق ما تقول أن يطمئن إلى ما نتهيأ له فيما بعد فإننا نحكى عن طبائع الأمم وحقائق السياسة ومقتضياتها وليس يغنى ظنه عن الحق شيئا»(٣٠).

٤. مستوى معرفة الأفغانى عن الظروف المحيطة:

يقصد بـالظروف المحيطة الواقـع المحيط بالقائم بـالاتصال وفهم هذا الواقـع فهما موضوعيا من العوامل التى تقرر النجاح لـلقائم بالاتصال، فلابد أن يتفهم هذا الواقع وأن يعرف الساحة التى يـعمل فيها حتى لا يكون غريبا عن الـواقع الذى يريد العمل فيه أو يريد تغييره.

ومن ذلك مثلا يجب أن يـتعرف القائم بالاتصال على التيارات الـفكرية المعاصرة له وعلى الحركات المحليـة والعالمية وأن يتعرف على جميع ملابـساتها، كما يجب أن يعرف مدى إدراك البيئة لواقعها المتخلف وأن يستـثير الجمهور ويستحثه على التفكير فى شئـون مجتمعهـم وتنظيم جـهودهم لمواجهة احـتياجاتهـم وعلاج مشاكلهـم كما يتضمن فهم الواقع بالاضافة إلى ذلك معرفـة أحداث الحياة اليومية ووقائعها ومعرفة مدى أهميتها فى التأثير على الرأى العام وكيف يمكن استغلالها لتعبئة الجماهير.

ومن هذا المنطلق فإن القائم بالاتصال لا يعـيش فى عزلة عن جماهيره التى يناضل من أجلها وإنما يعيش معها وبها ويعايش آلامها وأحزانها.

والمتتبع لحياة جمال الدين وللموضوعات التى تناولها فى العروة الوثقى يجد مصداقا لهذا، ولعل هذا من العوامل التى كتبت له النجاح فقد تنقل بين أنحاء العالم الإسلامى وبعض الدول الأوربية مفكراً ومتأملاً فى سبب تخلف الشرق وتقدم الغرب وتوصل إلى السر فى ذلك كما وقف بنفسه على العوائق التى تحول دون النهوض والتقدم وأدرك فى مقدمتها مدى حرص الاستعمار الغربى على استمرار هذا التخلف حتى يتم لهم ما أرادوه من تقسيم لتركة الرجل المريض وهى العالم الإسلامى فيما بينهم كما أدرك مدى إستكانة العالم الإسلامى إلى التخلف وعدم رغبته فى النهوض والتقدم ولذلك كله نجده فى العروة الوثقى يتابع الأحداث اليومية ويحللها بفكره السياسى الثاقب ويلفت أنظار الشرقيين إلى ما يدير فى الخفاء لهم كما يبذل قصارى جهده لبعث روح اليقظة بين الشرقيين ويوجههم إلى ما يجب أن يكونوا عليه وفى الوقت نفسه يحارب الاستعمار الغربى بمختلف الطرق والوسائل بإنشاء الجمعيات وإلقاء المحاضرات وعقد الندوات أو عن طريق الايعاز بإصدار الصحف والمجلات ولفت الأنظار إلى ما يجب أن تتضمنه هذه الصحف من أفكار. هذا فى الوقت الذى يدعو فيه إلى الوحدة ونبذ الخلاف والتفرق.

وبذلك كانت دعوته قائمة على أساس من الفهم الحقيقى لواقع العالم الإسلامى وهو الواقع الذى كان يحس بمرارته ويعيش فيه أبناء العالم الإسلامى، ولذلك نجدهم سرعان ما تلقوا دعوته بالفرحة والأمل فى المستقبل المشرق وذلك فى كل بلد وفد إليه.

٥. معرفة الافغانى بالظرف الاتصالى المناس:

من العوامل الهامة التى تضمن للدعوات النجاح: إختيار الظرف المناسب لتوجيه الرسالة الإعلامية.. فاختيار التوقيت المناسب لبث الدعوة يساعد على نجاحها. والتوقيت المناسب أشبه ما يكون بالطلقة المناسبة فى المكان والزمان المناسبين، كما أن عدم اختيار الوقت المناسب يضيع جميع الجهود.

ولا يتعارض واجب اختيار الوقت المناسب مع واجب القائم بالاتصال فى الدعوة

فى كل وقت وكل حين[٣٧].. والمقصود باختيار الوقت المناسب هو الوقت الذى تكون فيه نفوس الناس مهيئة لاستقبال دعوته وعلى أن يبدأ من واقع ما هم فيه.

وهناك عامل أساسى يدخل فى اعتبار الظرف المناسب وهو الجماعة المحيطة بالفرد. فالفرد لا يتأثر وهو بمعزل عن جماعته وأسرته وأقاربه وجيرانه وإنما للجماعة أثر كبير على ما يعتنقه الفرد من أفكار.

وإذا حللنا مقدرة الأفغانى على اختيار الظرف الاتصالى المناسب تبرز لنا هذه المقدرة منذ البداية فقد كان اختياره لإصدار العروة الوثقى تلبية لمتطلبات هذا الظرف ويقول فى هذا الصدد «وقد دفعت للرزايا الأخيرة التى حلت بأهم مواقع الشرق إلى إنشاء العروة الوثقى وذلك أنها أيقظت أفكار العقلاء وحولت أنظارهم لما سيكون من عاقبة أمرهم مع ملاحظة العلل التى أدت بهم إلى ما هم فيه وقد تألفت عصابة خير من أولئك العقلاء لهذا المقصد الجميل فى عدة أقطار خصوصا البلاد الهندية والمصرية ووقفوا يتحسسون أسباب النجاح من كل وجهة ويوحدون كلمة الحق فى كل صقع لاينون فى السعى ولا يقصرون فى الجهد واختاروا أن يكون لهم فى هذه الأيام جريدة بأشرف لسان عندهم وهو لسان العرب»[٣٨].

كما أن امتناعه عن تحديد شكل الوحدة الإسلامية وتجنب الدخول حولها فى مناقشات يعد تقديرا للظرف السائد.

ومن ناحية أخرى نجده لا يمل من الدعوة وتكرار الدعوة فى كل مجلس وبأية طريقة وفى أى مكان ومع أى شخص متعلما كان أم غير متعلم وفى كل بلد ذهب إليه.. وإلى ذلك أيضا دعا تلامذته ولهذا عمد قبل إصدار العروة الوثقى إلى إنشاء جمعية العروة الوثقى وذلك حتى يكون للأفكار التى تنشرها المجلة مريدون وتلامذة يتولون نشرها عن طريق الخطابة والمحاضرات والندوات والحديث الودى العادى وبذلك نستفيد من إمكانيات الاتصال الشخصى ومن الظروف الجماعية المحيطة بالفرد، فحينما يتلقى الفرد الرسالة الإعلامية من شخص يثق فيه ويقدره لاشك أنه سيبادر إلى الإسراع بتقبل رسالته وتبنيها.

وهكذا كان اختيار الأفغانى للظرف الإعلامى المناسب من العوامل التى قيضت له النجاح.

٦.١ الإطار العام لثقافة الأفغانى:

من أهم العوامل التى تكفل للقائم بالاتصال النجاح وتزيد من قدرته على التأثير ثقافته العامة.. فكلما تنوعت ثقافته وتزايدت وتشعبت كلما زادت قدرته على الاتصال.. ذلك أنه يتفاعل مع الحياة بجميع جوانبها.. وحتى يستطيع أن يتفهم الأحداث والوقائع والنفوس فلابد أن تشتمل معرفته على علوم الفلسفة والتاريخ والسياسة والاجتماع والاقتصاد والدين.. إلخ بحيث يصبح ذا عقلية موسوعية.

وكان حظ الأفغانى من الثقافة العامة مذهلا.. قال الأستاذ الإمام عن علمه «أما منزلته من العلم وغزارة المعارف فليس يحدها قلمى إلا بنوع الاشارة إليها لهذا الرجل سلطة على دقائق المعانى وتحديدها وإبرازها فى صورها اللائقة بها. كأن كل معنى قد خلق له. وله قوة فى حل ما يعضل منها كأنه سلطان شديد البطش فنظرة منه تفكك عقدها، كل موضع يلقى إليه يدخل للبحث فيه كأنه صنع يديه، فيأتى على أطرافه ويحيط بجميع أكنافه. ويكشف ستر الغموض فيظهر المستور منه، وإذا تكلم فى الفنون حكم منها حكم الواضعين لها ثم له فى باب الشعريات قدرة على الاختراع كأن ذهنه عالم الصنع والابداع، وله لمس فى الجدل وحذق فى صناعة الحجة لا يلحقه فيها أحد إلا خصمه، ولا جادله عالم إلا ألزمه، وقد اعترف له الأوربيون بذلك بعد ما أقر له الشرقيون وبالجملة فلو قلت إن ما آتاه الله من قوة الذهن وسعة العقل ونفوذ البصر هو أقصى ما قدر لغير الأنبياء لكنت غير مبالغ» ذلك فضل الله يؤتيه من يشاء والله ذو الفضل العظيم(٣٩).

وقال أديب أسحق عن ذكائه «من عجائب ذكائه أنه تعلم الفرنسية أو بعضها حتى صار يقدر على الترجمة منها ويحفظ من مفرداتها شيئا كثيرا فى أقل من ثلاثة شهور بلا أستاذ إلا من علمه حروف هجائها فى يومين، وكان يتتبع حركة المعارف الأوروبية والمكتشفات العصرية ويلم بما وضع أهل العلم وما اخترعوه من جديد حتى كأنه قرأ العلم فى بعض مدارس أوربا العالية.

وكان يعرف اللغات الأفغانية والفارسية والعربية والتركية والفرنسية جيدا وكان واسع الاطلاع في العلوم العقلية والنقلية وخاصة الفلسفة كثير المطالعة.. لم يطبع كتاب ألف في تاريخ الأمم وآدابها وفلسفتها إلا طالعه(٤٠).

كما كان واسع العلم في المسائل السياسية والاجتماعية يتحدث عنها فنرى الرأى السديد الدال على الحكمة العالية، والمواهب الخلاقة والتفكير العميق والتجارب البعيدة الغور.

وهكذا استوعب الأفغاني كل ثقافات عصره وجمع إلى جانب هذه الثقافة معرفته الوثيقة لنفسه وجمهوره وللموضوع الذى ينقله والظروف العامة المحيطة وللظرف الاتصالي المناسب وبذلك حقق لنفسه عاملا آخر من العوامل التى قررت له النجاح وهو يخاطب جماهيره على صفحات العروة الوثقى أو وهو يتحدث إليهم في الندوات التي كان يعقدها لإذكاء الروح الوطنية ومقاومة الإستعمار الغربي.

خامسا: صفات الأفغاني:

وبالإضافة إلى كل ما سبق فإن لصفات القائم بالاتصال نفس الأهمية إن لم تكن تزيد على كل العوامل السابقة، ذلك أنها تعني الترجمة الحقيقية لواقع الدعوة أى أن القائم بالإتصال أصبح هو في حد ذاته نموذجا حيا لما يدعو إليه.. وما يدعو إليه ليس في الحقيقة إلا انعكاسا لصفاته وطباعه.

وإذا كنا من خلال العروة الوثقى نلاحظ مدى حنق الأفغاني على الإستعمار الغربي... فذلك لأن وجود المستعمر وخاصة بعد احتلاله مصر ماس بدينه وكرامته وشرفه والأفغاني كما قال تلميذه الأكبر الأستاذ الشيخ محمد عبده له حلم عظيم يسع ما شاءالله أن يسع إلى أن يدنو منه أحد ليمس شرفه أو دينه فينقلب الحلم إلى غضب تنقض منه الشهب.. ويضيف إلى هذه الصفة قوة اعتماده على الله وعدم المبالاة بما تأتي به صروف الدهر.. سهل لمن لاينه، صعب على من خاشنه، طموح إلى مقصده السياسي، إذا لاحت له بارقة أمل منه تعجل السير للوصول إليه.. وهو قليل الحرص على الدنيا، بعيد عن الغرور بزخارفها(٤١)».

وتوجد بالإضافة إلى ذلك صفة هامة أساسية أشار إليها علماءالاتصال أخيرا باعتبارها من أهم الصفات التى يجب أن يتزود بها القائم بالاتصال وهى مرونة الشخصية.

والشخصية المرنة هى الشخصية العصرية وقد وصفها «ليرنر» بأنها شخصية دينامية تمتاز بالحركة والرغبة فى الانتقال وتتميز بالحركة النفسية عن طريق القراءة والإستماع والتعرض لوسائل الإعلام كما تتميز بالقدرة على التقمص الوجدانى ويعنى ذلك قدرة الإنسان على أن يتصور نفسه(٤٢) فى أدوار الآخرين فى المجتمع كما يمتاز بخروجه على الأنماط التقليدية وتقبل الأنماط العصرية يناقش الجديد ويبدى رأيه فيه دون خوف أو تعصب. وعملى العكس من ذلك صاحب الشخصية التقليدية الجامدة.

وبتطبيق هذا المفهوم على جمال الدين نجد أنه كان صاحب شخصية مرنة، فلم يتقبل القديم كما هو، ولم يخضع للتقاليد التى كانت سائدة بل ثار عليها ووهب نفسه كما يقول «تشخيص داء الشرق وتحرى دوافعه»(٤٣) واستطاع بهذه المقدرة أن يحدد للعلماء واجباتهم وأن يوجه الملوك والأمراء إلى ما يجب أن يقوموا به وأن يتخيل الأبعاد الحقيقة لما يراد بالعالم الإسلامى من قبل الأوروبيين وأن يتصوره وقد أخذ بتوجيهاته فضلا عن أن هذه الصفة جعلته دائم الترحال من مكان إلى آخر، كما كان قارئاًنهما لا يشبع،قرأ فى شبابه كل المؤلفات القديمة باللغة الفارسية والعربية ولم يكن يجهل أى كتاب من الكتب الحديثة ترجم إلى لغة شرقية ولم يكن يعتمد على ما يقرأ فقط بل كان يتفهمه ويناقشه ويحلله بعقل واع وقلب ناضج مما جعله متفتحا متقبلا لكل مناحى الفكر فى زمانه إلى أوسع ما يكون»(٤٤).

سادسا: مقدرة الأفغانى على الاتصال بالجمهور:

تتضمن مقدرة القائم بالاتصال على الاتصال بالجمهور مجموعة من القدرات الأساسية هى.

١ ـ القدرة على استخدام اللغة المناسبة وإعداد الرسالة الإعلامية.

٢ ـ القدرة على استخدام أساليب الاقناع والتأثير.

٣ ـ القدرة على استخدام الوسيلة الإعلامية المناسبة وتفهم إمكانياتها.

وبتحليل المقدرة الاتصالية للسيد الإمام على ضوء هذه القدرات نستنتج الآتى:

مقدرة الأفغانى على استخدام اللغة المناسبة: المقدرة اللغوية للقائم بالاتصال عنصر هام فى عملية الاتصال، فنحن ـ كمصادر للمعلومات ـ مقيدون بقدرتنا على التعبير عن أهدافنا، أى بمهارات الاتصال الضرورية المتوافرة لدينا التى تمكننا من أن نضع فكرنا فى كود أو رمز بحيث تصدر عنا رسائل دقيقة، ومن شأن ضعف مقدرتنا اللغوية أن يحد من الأفكار التى لدينا ومن مقدرتنا على التأثير فى تلك الأفكار، أى يحد من قدرتنا على التفكير، ومن المهم بالنسبة للقائم بالاتصال أن يعرف كيف تنقل المعانى كاملة إلى الجمهور أو بمعنى آخر كيف تؤدى الرموز اللغوية وغيرها معانيها بحيث ينتج عنها الاستجابات المطلوبة(٤٥).

وليس يكفى أن يعرف الداعية كيف يستخدم اللغة إستخداما واعيا، بل يجب أن يكون هو والمستقبل على درجة واحدة بمعنى أن يضع المحرر أو الداعية رسالته فى رموز بطريقة تجعل من السهل على المستقبل أن يستقبل الرسالة وأن يربط أجزاءها بخبرته السابقة التى تشبه إلى حد كبير خبرة المصدر.

فمقدرة الداعية على استخدام اللغة ومعرفته بألفاظ اللغة المستعملة وأسرارها يساعد على زيادة التأثير وبالتالى على نجاح الاتصال. وفى هذا الصدد لسنا فى حاجة إلى التدليل على مقدرة جمال الدين اللغوية فقد ظهر من كتاباته مقدرته على حسن استخدام اللغة العربية وامتلاكه لناصيتها.

وقد استخدم جمال الدين فى مقالاته لغة سهلة أقرب ما تكون إلى الأسلوب الصحفى الحالى علما بأنه كان يعيش فى عصر غلبت عليها الصنعة اللفظية، ونوع فى أساليبه ما بين الأخبار والاستفهام والاستنكار والتعجب إلى آخر ما استخدمه، وذلك حسبما تستدعى الظروف ولتحقيق أهداف معينة، فمن ذلك مثلا إكثاره من استخدام الأساليب الإنشائية عند الحث على الجهاد، وذلك لأنه فى موقف الإثارة،

وهى أقدر على تحقيق ذلـك من غيرها، كما اختار لتوصيل أفكـاره وسيلة «الصحف» وهو متفهم تماما لمـشاكلها. «فقد قل القارئون وإن وجدت القارىء فـقلما تجد الفاهم والفـاهم قد يـحمل مـا يجده عـلى غير مـا يراد منه لضيـق فى التـصور أو ميـل مع الهوى». ولـم[٤٦] يحاول أن يصدم الرأى العام بل حاول أن يبدأ من حيث هو، فمثلا عندمـا دعاه إلى الوحدة كمـا أشرنا سابقا نجـده يحدد إطارها بـالقرآن ويكتفـى بذلك حتى لا يثير خلافات.

فضلا عـن أنه وهو يقدم أفـكاره حرص على أن يـضمنها المـعلومات التـى تخدم أهدافه والاستنتاجات التى يريد جماهيره أن تخرج بها والأحكام التى يقترحها.

وبذلك تأثرت الـعروة الوثقى بطريقة معـالجة الأفغانى للموضوعات الـتى قدمها وانعكـست عليهـا شخصيتـه وخصائصه الفـكرية مما جعـلها ترتبـط به ارتباطا وثـيقا وتنتســب إليه خاصة وأنهـا صدرت مشربة بروحـه وكل كلمة أو فكـرة أو رأى يشير إليه باعتباره صاحبه.

وكان وهو يـقدم أفكاره يصر عـلى أن يشعر قارئـه بأن حياته ومـستقبله فـى خطر ويستشـير عروبته ودينه ونخـوته إلى النهوض للدفـاع عن نفسه والذود عن ممتـلكاته، حتى إذا ما تحققت الاستجابه أخذ بيده نحـو ما يفيده ويؤهله لذلك ويحدد له الحلول الإيجابية التى عليه الأخذ بها.

وبالنسـبة لذكر الآراء المعارضة وتـفنيدها فهذه نجـدها خاصة عندما كـان يتعرض لفضح سياسة الانجليز ووسائلهم وأيضا عندما تعرض للدهريين.

وإلى جانب ذلك فقد كـانت هناك عوامل عديدة حرص عليهـا الأفغانى وهو يعد رسالته الإعلامية وهى:

١ ـ استخدم علامـات تشير إلى خبرة مشـتركة مع الجمهور حتـى يضـمن وصول المعنى.

٢ ـ حرص ألا تتعارض الرسالة مع اتجاهات الرأى العام.

٣ ـ صمم الرسالة بحيث تلفت إنتباه الجهة الموجهة إليها.

٤ ـ قدم رسالته فى صورة لا يظهر منها تعاليه أو استكباره على جمهوره، بل أحب أن يشعره بمشاركته بنفسه فى صنع حياته وأن عليه هو اتخاذ القرار وذلك حتى يستجيب طواعية وعن اقتناع.

٥ ـ لم يضمن رسالته أفكارا تصدم مشاعر الجماهير وقيمها، فاحتمال نجاح الرسالة أكبر إذا اتفقت مع مستوى الادراك والقيم الاتجاهات، وإذا كان هناك ما يخالفهم فى رسالته فعلى القائم بالاتصال أن يبدأ من حيث مستوى الجمهور ويحاول إعادة تشكيله برفق وحلم دون مصادمة لمشاعره. أى أن يعمل على توجيه الدوافع الموجودة فعلا لدى المستقبل.

٦ ـ ضمن رسالته الأفكار والآراء المعارضة وفندها وذلك لتحصين الجمهور ضد أى فكرة مضادة ومن هنا كان استعراضه لأفكار الدهريين والرد عليها.

٧ ـ ضمن مقالاته حلولا إيجابية لما قدمه من مشاكل ولم يكتف بمجرد تناولها للإثارة فقط.

٢. القدرة على استخدام أساليب الاقناع التأثير:

من بين العوامل الكثيرة التى ساعدت على نجاح العروة الوثقى بمقدرة الأفغانى على استخدام أساليب الإقناع والتأثير، وإذا كان الطبيب الناجح يقاس مدى نجاحه وشهرته بقدرته على تحديد المرض ووسيلة العلاج أو الدواء المناسب فكذلك القائم بالاتصال كلما كان أكثر قدرة على استخدام أساليب الإقناع والتأثير المناسبة للموضوع الذى يتناوله وللجمهور الذى يخاطبه وللوسيلة الإعلامية التى يستخدمها كان أكثر قدرة وبراعة.

والذى يتتبع الأساليب الاقناعية والطرق التى استخدمها الأفغانى لإقناع جماهيره والتأثير عليهم يشهد له بالبراعة والنبوغ، ويمكن أن نحدد هذه الأساليب من خلال تحليل مجلة العروة الوثقى على النحو الآتى:

١ ـ حرص جمال الدين على استخدام الأسلوب اللغوى الملائم لجماهيره.. فلم يتعال عليهم فى الأسلوب ولم ينزل إلى مستوى دون مستواهم على الرغم من أن

عصره كان عصر الصنعة اللفظية فى الكتابة والتنسيق والحرص على التأنق فى الأساليب وفضلا عن ذلك فقد كان أسلوبه سهلا واضحاً حتى يمكن قارئه من أدراك مضمون مادته وما تحتويه من آراء وتوجيهات.

٢ ـ حرص جمال الدين وهو يقدم آراءه أن يخاطب فى قارئه حسه الدينى وذلك إيمانا منه بما للدين من قدسية فى نفوس الجماهير وأن يستحثه باسم الدين الإسلامى ولذلك نجده يستشهد دائما بآيات من كتاب الله وأحاديث السنة النبوية بل إنه من بين المقالات التى كتبها خمس وعشرون مقالا نجد سبع عشرة مقالة منها شروح الآيات قرآنية من كتاب الله أما بقية هذه المقالات فقد قامت على شروح لبعض الأحاديث الصحيحة.

٣ ـ كان جمال الدين متفهما تماما لأهمية الغرائز والعواطف الإنسانية فى تكوين الرأى العام ولذلك نجده دائما يستثير غريزة الخلاص والمقاتلة وعاطفة الخوف فى نفوس قرائه حتى يدفعهم دفعا إلى القتال.

٤ ـ للوقت أهمية قصوى لدى جمال الدين فهو دائما يحذر من أن الوقت يمضى سريعا وأن الخطة الحاسمة للعمل هى الآن وأن الذين يترددون فى القيام بواجباتهم يعجلون بنهاية الوطن.. وهذا الاستعجال من شأنه أن يقوى من دافع الاستجابة للدعوة والقيام بعمل إيجابى.

٥ ـ معروف ما لعنصر التكرار من أهمية ذلك أن يقوى الصلة بين صاحب الدعوة والمدعوين ويساعد على استمرار تأثر الناس بالدعاية ويحول دون استجابتهم لاى دوافع مضادة والمتتبع للعروة الوثقى يرى هذا التكرار والالحاح على الفكرة واضحا فى كل صفحاتها وحتى لا يمل القارىء فقد حرص جمال الدين على أن يوفر عنصر التنويع سواء فى طريقة تناوله للفكرة وعرضها أو فى صورة الإطار الذى تقدم فيه.

٦ ـ استخدم جمال الدين وهو يستحث قراءة على مقاومة الاستعمار الغربى أسلوب البرامج الإيجابية المحددة لا أسلوب الإثارة، فقد ركز وهو يدعو إلى المقاومة

إلى تحقيق الوحدة وحدد شكل الوحدة بأن يكون سلطانها القرآن.. وحث على مقاومة أسباب التخلف التى حرص على تحديدها بدقة.. وأخيراً الأخذ بأسباب القوة والقيام بتلبية داعى الجهاد.

٧ ـ من الأساليب الاقناعية التى لجأ اليها جمال الدين أسلوب ضرب الأمثلة فقد حرص وهو يتحدث عن سياسة الإنجليز فى مصر أن يطابق بينها وبين السياسة الإنجليزية فى الهند واستنتج أن هذه السياسة سوف تؤدى إلى سوء الأحوال كما حدث فى الهند.

٨ ـ لما كان موضوع الجهاد من الموضوعات التى تحتاج إلى أكبر قدر من الشحن والإثارة العاطفية حرص جمال الدين على استخدام الأساليب الإنشائية كأساليب الإستفهام والتعجب والأمر والإستفتاح بأدوات التنبيه وتوجيه الكلام فى صيغة الخطاب كما عمد إلى استخدام كلمات تعتمد على التخويف الشديد لقرائة وذلك بالتركيز على الإشارة إلى الوضع المشين الذى هم فيه. وحتى لا تؤدى زيادة درجة التخويف إلى تزايد درجة تأثر الجمهور الأمر الذى قد يدفعه إلى التقليل من شأن هذا التهديد أو أهميته أو اللجوء إلى الابتعاد عن الرسالة بدلا من أن يتعلم منها أو يبدأ فى التفكير فى مضمونها «حرص جمال الدين على أن يتبع ذلك باشاعة روح الأمل والتفاؤل لدى جماهيره وذلك ببيان ما سوف ينتظره من نصر وحياة رغدة واستقرار إذا استجابوا لندائه وبيان وعد الله بالنصر لهذه الأمة.

٩ ـ من الأساليب الإقناعية أيضا التى أخذ بها جمال الدين أسلوب الندرج فنجده مثلا عندما يتحدث عن أسباب تخلف المسلمين لا يقدمها جملة واحدة كما تلجأ إلى ذلك البحوث وإنما أخذ يشير إليها تباعا خلال الفترة التى ظهرت فيها الصحيفة.. ويكرر ما يرى هناك ضرورة لتكراره حتى يتمكن فى النهاية من تحقيق الغرض المطلوب وهو استيعاب القراء لها جملة وتفصيلا.. والإقتناع بأن هذه الأسباب هى التى تحول دون تقدمهم الأمر الذى يدفعهم إلى محاولة التخلص منها والقضاء عليها والأخذ بأسباب التقدم ودفعهم بذلك لمواجهة أطماع العالم الغربى.

٣. القدرة على اختيار الوسيلة المناسبة وتفهم إمكانياتها:

حينما تقوم باختيار وسيلة الإعلام التى تقوم بنقل رسائلنا كما يقول «ديفيد برلو»(٤٧) نجد أموراً كثيرة تدخل فى اختيار الوسيلة وهى:

(١) الوسائل المتوافرة.

(٢) مقدار المال الذى نستطيع أن ننفقه.

(٣) الوسائل التى تصل إلى كل الناس بأرخص التكاليف والأكثر تأثيرا والتى تناسب مضمون الرسالة.

(٤) الوسائل التى تضع فكر المصدر فى كود ومهارات أو قدرات الوسيلة يستخدمها.

(٥) مقدرة المصدر على استخدام الوسيلة..

أما بالنسبة لجمال الدين فقد كان اختياره للمجلة كوسيلة لنقل أفكاره ومشاعره اختيارا موفقا مع اعتبار أنه حتى ذلك الوقت لم تكن قد ظهرت الإذاعة ولا التليفزيون، كما كان متفهما لإمكانيات المجلة التفسيرية.. ولذلك فهو يركز على استخدام المقال والخبر التفسيرى كما أنه حاول الجمع بين وسيلتين فقد ركز على استخدام وسيلة الإتصال الشخصى بالإضافة إلى المجلة كوسيلة للإتصال الجماهيرى.

ورغم أن مفهوم المجلة لم يكن قد اتضح حتى عهده إلا أنه مع ذلك كان واعيا بحقيقة مفهومها.. ففى عصره لم تكن هناك تفرقة بين مفهوم كل من المجلة والجريدة وكثيرا ما كانت تسمى المجلة بالجريدة.. بل إن كلمة مجلة لم تكن قد عرفت بعد ويقول الدكتور عبداللطيف حمزة فى كتاب قصة الصحافة العربية نقلا عن «فيليب دى طرازى» إن الأديب الصحفى إبراهيم اليازحى هو أول من استخدم كلمة مجلة أو أشار إلى استخدامها وذلك عندما كان يحرر مجلة الطبيب ثم شاع استخدامها بعد ذلك.

ورغم التعريفات العديدة للمجلة إلا أنه يمكن تعريفها بأنها «مطبوع دورى يتناول

أحداثا ومعلومات وقضايا عن جوانب الحياة المختلفة وذلك تبعا لدورية المجلة وهدفها ونوعية الجمهور ومدى إنتشاره وبصورة تجعلها فى منتصف الطريق بين الجريدة والكتاب سواء من حيث المضمون أو الاهتمام.

ومفهوم الأفغانى للمجلة لا يختلف كثيرا عن مفهومنا لها. ومن الضرورى لتحديد مدى تفهم الأفغانى لإمكانيات المجلة وقدرتها على التنويع واستخدام أكثر من وسيلة إعلامية أن تشير إلى:

١ ـ نوع التغطية الإخبارية فى العروة الوثقى.

٢ ـ إستخدام أكثر من وسيلة إعلامية للإقناع والتأثير.

أ. نوع التغطية الأخبارية:

بالنظر إلى مجلة العروة الوثقى نلاحظ أنها تنقسم إلى قسمين كبيرين:

١ ـ قسم المقالات ويشتمل على ٢٥ مقالة.

٢ ـ قسم الأخبار ويشتمل على ١٠٤ خبرا.

وبذلك يكون عدد المواد التى شملتها المجلة خلال فترة صدورها ١٢٩ مادة.

وبدراسة تغطية العروة الوثقى للموضوعات التى تناولتها نلاحظ مدى التفهم العميق لوظيفة من كل الخبر والمقال.

ومن المعروف أن للصحافة وظائف أساسية هى:(٤٨).

١ ـ وظيفة الإعلام.

٢ ـ وظيفة التوجيه والإرشاد.

٣ ـ وظيفة التسلية والإمتاع.

٤ ـ وظيفة التسويق.

وقد اتفق علماء الصحافة على إضافة وظيفة خامسة هى:

٥ ـ وظيفة تفسير الأخبار.

وما من شك فى الأخبار فى ذاتها لا تؤثر فى حياة الناس ما لم تكن لها صلات وثيقة بمصالحهم العامة والخاصة ولذا يحتاج القراء إلى فهم هذه الأخبار وإدراكها إدراكا صحيحا على ضوء هذه المصالح.. وهذا مايسمى بالوعى الصحافى وعلى الصحافة واجب عظيم هو الوصول بقرائها إلى هذا الوعى ولا يكون ذلك إلا عن طريق الشرح لمدلول الأخبار وتكييفها بحيث تمس وجدان الناس وتخاطب شعورهم ومصالحهم فى وقت معا ولا يكون ذلك فى أكثر الأحيان إلا عن طريق التعليق الصحفى.

والتعليق الصحفى على هذا النحو هو الذى يجعل للأحداث التى تنشرها الصحف معنى ومغزى وهو فوق ذلك يتحكم فى نظرة القراء إلى هذه الأحداث.

ومن هنا كان سلطان الصحافة عظيما على نفوس الجماهير. فضلا عن أن القراء ليس لديهم الوقت الكافى لإدراك الأخبار وبعضهم عاجز تماما عن مثل هذا الإدراك ومن ثم كان على كتاب الصحف أن يقوموا لقرائها بهذه المهمة العقلية والنفسية(٤٩).

وقد تفهم جمال الدين الأفغانى هذه الحقيقة فلم يكتف بمجرد تقديم الأخبار وإنما كان يقدمها ويفسرها ويعلق عليها. يساعده على ذلك سعة أفقه وثقافته الهائلة وحسن إدراكه للأمور.

ويقول بخصوص هذا الصدد «ظن قوم فى هذا الزمان أن أمراض الأمم تعالج بنشر الجرائد وأنها تكفل إنهاض الأمم وتنبيه الأفكار وتقويم الأخلاق.. كيف يظن هذا الظن وإنا لو فرضنا أن كتاب الجرائد لا يقصدون بما يكتبون إلا نجاح الأمم مع التنزه عن الأغراض فبعد ما عم الذهول واستولت الدهشة على العقول وقل القارئون والكاتبون لا تجد قارئا ولئن وجدت القارىء فقلما تجد الفاهم والفاهم قد يحمل ما يجده على غير ما يراد لضيق فى التصور أو ميل مع الهوى.. فلا يكون منه إلا سوء التأثير»(٥٠).

والتعليق الصحفى بهذا الوصف يعتبر نوعا من أنواع المقال ولا يصح أن يعتبر جزءا من أجزاء الخبر بحال من الأحوال.. أما الذى يعتبر جزءاً من أجزاء الخبر نفسه فهو الجانب التفسيرى الذى يتخلل صلب الخبر عادة(٥١).

:

وعلى هذا النحو يمكن القول إن العروة الوثقى لم تستخدم لتغطية الموضوعات التى تناولتها خلال فترة صدورها سوى لون واحد فقط من الألوان الصحفية وهو المقال الصحفى فقط.

ب: استخدام أكثر من وسيلة اعلامية:

لما كان هدف الأفغانى الأساسى هو مقاومة الاستعمار الغربى بإستخدام الإثارة والتكتيل الشعبى لإلهاب عواطف الجماهير وأحاسيسهم(٥٢). لذلك نجده لا يكتفى بإستخدام المجلة كوسيلة لنقل أفكاره.. وإنما يجمع إلى جانبها وسيلة الإتصال الشخصى الذى يتميز بأنه يتم بشكل عفوى وغير مقصود كما أنه أكثر مرونة حينما يواجهون بمقاومة من جانب المتلقى.. لأن التأثير المرتد فيه كبير فضلا عن أنه أكثر قدرة على تخطى حاجز الأمية. ويقوم على أسس شخصية أكثر من الإتصال الجماهيرى.

ونستطيع أن تسجل بذلك سبقا للأفغانى سبق به علماءالإتصال، فقد انتهوا إلى أن «الاتصال الشخصى أكثر قدرة على الاقناع، وأنه كلما إزداد الطابع الشخصى للوسيلة زادت قدرتها على الإقناع. كما أظهرت التجارب التى قاموا بها أيضا أن تأثير التعرض لعدة وسائل إعلامية أفضل من تأثير التعرض لوسيلة واحدة»(٥٣).

وقد تفهم الأفغانى هذه الحقائق بسابق وعيه وحسه الإعلامى ولذلك نجده من خلال العروة الوثقى يتعرض لأهمية الاتصال الشخصى ممثلا فى قادة الرأى أى «الأشخاص الذين يقصدهم غيرهم لطلب النصيحة والرأى»(٥٤).

وقد استخدمت العروة الوثقى للدلالة على قادة الرأى مجموعة الكلمات الآتية: العلماء ـ العلماء العاملين ـ العلماء الأتقياء ـ الخطباء ـ الأئمة ـ أهل الرأى وأرباب الهمة ـ الراسخون فى العلم ـ حفظة الشرع ـ أرباب الجرائد ـ الأدباء أمناء الدين ـ حملة الشرع ـ رافعوا لواء الإسلام ـ أوصياء الله على المؤمنين.

وقد أشارت إليهم خلال فترة صدورها فى ثمانية عشر موضوعا محددة ما يجب عليهم تجاه مواطنيهم ودولهم وإسلامهم وذلك على النحو الآتى:

١ ـ من الواجب على العلماء أن ينهضوا لإحياء الرابطة الدينية ويتركوا الاختلاف الذى وقع بتمكين الاتفاق الذى يدعو إليه الدين ويجعلوا معاقد هذا الاتفاق فى مساجدهم ومدارسهم حتى يكون كل مسجد وكل مدرسة مهبطا لروح الوحدة.. ويرتبط العلماء والخطباء والأئمة والوعاظ فى جميع أنحاء الأرض بعضهم ببعض ويجعلون لهم مراكز فى أقطار مختلفة يرجعون إليها فى شئون وحدتهم ويأخذون بأيدى العامة إلى حيث يرشدهم التنزيل وصحيح الأثر ويجمعون أطراف الوشائج إلى معقد واحد يكون مركزه فى الأقطار المقدسة وأشرفها معقد بيت الله الحرام حتى يتمكنوا بذلك من شد أزر الدين وحفظه.. والقيام بحاجات الأمة إذا عرض حادث الخلل وتطرق الأجانب للتدخل فيها مما يحط من شأنها.. وإن إحكام الربط إنما يكون بتعيين الدرجات العلمية وتحديد الوظائف فلو أبدع مبدع أمكن بالتواصل بين الطبقات تدارك بدعته قبل شيوعها بين العامة(٥٥).

٢ ـ واجب رؤساء الدين وحملته وحفظته أن يقوموا «بأداء وظائفهم من تبيين أوامره ونواهيه وتثبيتها فى العقول ودعوة الناس إلى العمل بها.. أما إذا أهملوا خدمة الدين أو تهاونوا فى تأدية أعمالهم ضعف اليقين فى النفوس وذهلت العقول عن مقتضيات العقائد الدينية(٥٦).

٣ ـ على العلماء «أن يذكروا أبناءالملة بأحكام الله ويحكموا بينهم روابط الأخوة والألفة كما أمر الله فى كتابه وعلى لسان نبيه ويبذلوا الجهد لمحو اليأس والقنوط الذى حلل أفئدة البعض ويقنعوهم أنه لا ييأس من لطف الله إلا الذين فى قلوبهم مرض وفى عقائدهم زيغ ويسيروا بهم فى سبيل يوحد كلمتهم»(٥٧).

٤ ـ إن أمراء المسلمين قد وعظوا بسوء مغبة أعمال السالفين وهموا بملاقاة أمرهم قبل أن يقضى عليهم.. ورجاؤنا أن أول صيحة تنبعث إلى الوحدة وتوقظ من الرقدة تصدر عن أعلاهم مرتبة ولا نرتاب فى أن العلماء العاملين ستكون لهم اليد الطولى فى هذا العمل الشريف(٥٨).

٥ ـ إن العلماءالعاملين لو وجهوا فكرتهم لإيصال أصوات بعض المسلمين إلى مسامع بعض لأمكنهم أن يجمعوا بين أهوائهم فى أقرب وقت وليس بعسير عليهم

ذلك بعد ما أختص الله من بقاع الأرض بيته الحرام وفرض على كل مسلم أن يحجه.. وفي تلك البقعة يحشر الله من جميع رجال المسلمين وعشائرهم وأجناسهم فما هي إلا كلمة تقال بينهم من ذوى مكانة في نفوسهم تهتز لها أرجاء الأرض(٥٩).

٦ ـ إن كان للعامة عذر في الغفلة عما أوجب الله عليهم فأى عذر يكون للعلماء وهم حفظه الشرع والراسخون فى علومه لم لا يسعون فى توحيد متفرق المسلمين. لم لا يفرغون الوسع لإصلاح ما فسد من ذات بينهم لم لا يأتون على ما فى الطاقة لتقوية آمال المسلمين وتذكيرهم بوعود الله(٦٠).

٧ ـ لم تنل أمة من الأمم مزية من المزايا المحمودة حتى خرج آحاد منها إلى ما تخشاه النفوس وتهاب القلوب وسلكوا تلك المسالك الوعرة فبلغوا بأممهم أقصى ما بلغت به هممهم مع الاعتماد على العناية الأزلية فى جميع سيرهم(٦١).

٨ ـ إذا أراد الله بأمة خيرا أجتمع أهل الرأى وأرباب الهمة من أفرادها وتعاونوا على اجتثاث هذه الشجرة الخبيثة ـ فساد الحكم ـ أما إن انحطت أمورها عن هذه الدرجة وتركت شئونها بيد الحاكم الأبله الغاشم يصرفها كيف يشاء فأنذرها بمقتصد العبودية وعناء الذلة(٦٢).

٩ ـ رجاؤنا فى الأفضل أصحاب الجرائد الإيرانيه أن يوجهوا أفكارهم إلى هذا المطلب الرفيع «إتحاد إيران وأفغانستان» ويجعلوا له محلا فسيحا فى جرائدهم وينشروها فى بلادهم وبلاد الأفغان باللسان الفارسى وهو لسان الطائفتين(٦٣).

١٠ ـ على العلماء الراسخين وهم روح الأمة وقواد الملة المحمدية أن يهتموا بتنبيه العاملين عما أوجب الله وإيقاظ النائمة قلوبهم عن فرض الدين ويعلموا الجاهل ويحذروه من كل عادة سيئة لا تنطبق على نصوص الكتاب العزيز.

وعلى العلماء أن يزايلوا اليأس بتذكر وعد الله ووعد الحق ولا نظنهم يتهاونون فيما فرض عليهم(٦٤).

١١ـ لو قام العلماء الأتقياء وأدوا ما عليهم من النصيحة ولرسوله وللمؤمنين وأحيوا روح القرآن وذكروا المؤمنين بمعاقبة الشريعة لرأيت الحق يسمو والباطل يسفل(٦٥).

١٢ ـ الأدباء فى الحقيقة هم ساسة أخلاق الأمم، فإنهم بما يعلمون من طرق التفهيم يمكنهم أن يقربوا إلى العقول ما يبعد عن إدراكها.. ويعبروا عن المعنى الواحد بالطرق المختلفة.. ويأخذوا على الظالم ظلمه وينكرون على التاجر فجوره(٦٦).

١٣ ـ على الصحفى «أن يحكى عن طبائع الأمم وحقائق السياسة ومقتضياتها»(٦٧).

١٤ ـ سررنا بملاقاة أفاضل من أرباب الجرائد فى مصر أتوا إلى أوربا ليقفوا على دقائق المفاوضات التى تجرى متعلقة بالمسألة المصرية.. وأسفنا على احتمالهم لهذا العمل العظيم بلا معززين لهم من أبناء الديار المصرية الذين حفت بهم المكاره.. ألا يوجد فيهم من يتحمل الانفاق على نفسه فى السفر لهذه الغاية المحمودة(٦٨).

١٥ ـ هناك «حركة سرت فى أفكار ذوى البصيرة.. كتبت على نفسها العدل والشرع والسعى بعناية الجهد لبث أفكارها وجمع الكلمة المتفرقة.. وجعلوا من أصغر أعمالهم إصدار جريدة لتصل بما يكتب فيها بين المتباعدين منهم وإنا نرى عدد الجمعية الصالح يزداد يوما بعد يوم(٦٩).

١٦ ـ إن قوما شرح الله صدورهم قاموا لتوحيد تفرقة المسلمين.. فى مواقع مختلفة من الأرض إلا أن أملنا فى بقية المسلمين أن يتفقوا معهم ويقوموا بتعضيدهم(٧٠).

١٧ ـ يمكننى أن أختم كلامى بشكرى لهذه الجماعة التى أقدمت فى هذه الآونة النحسة ووقفت على شفا الخطر وكتبت على نفسها السعى فى توحيد المسلمين ويسرنا أن عددها كل يوم فى إزدياد(٧١).

١٨ ـ إن الحركة التى نحسها اليوم من نفوس المسلمين فى أغلب الأقطار هذه الأيام تبشرنا بأن الله قد أعد النفوس لصيحة يجمع بها كلمة المسلمين.. وعلى

العلماء أن يسارعوا إلى هذا الخير وهو جمع كلمة المسلمين والفضل لمن يبدأ بالعمل(٧٢).

من دراسة المقتطفات السابقة الخاصة بدور العلماء أو قادة الرأى كما حددته صحيفة العروة الوثقى خلال فترة صدورها يلاحظ الآتى:

١ ـ لم تكتف الصحيفة بتحديد مسئوليات قادة الرأى فى المجتمعات الإسلامية وحسب، وإنما وضعت لهم أيضا الأسلوب الذى يساعد على أن تكون كلمتهم مؤثرة فهى تدعوهم إلى:

أ ـ الإستفادة من كافة المساجد والمدارس كأماكن محددة للالتقاء بالجماهير.

ب ـ إرتباط كافة القائمين بالإتصال فى العالم الإسلامى تحت لواء معهد بيت الله الحرام وذلك حتى يسهل القيام بحاجات الأمة وبمقاومة أية بدعة.

حـ ـ أن يكون من سلطة هذا المعهد فقط تخريج القائمين على الدعوة وتعيين الدرجات العملية وتحديد الوظائف.

٢ ـ أما بالنسبة لمسئوليات أو التزامات قادة الرأى فهى بالترتيب حسب أهميتها تتضح من الجدول الآتى:

جدول رقم (٥) يبين مسئوليات قادة الرأى فى المجتمعات الإسلامية

مسلسل	الفكرة	التكرار
١	جمع كلمة المسلمين	٦
٢	قيادة حركة المقاومة	٤
٣	تصحيح العقائد الدينية	٣
٤	مقاومة فساد الحكم	٢
٥	إشاعة الأمل فى النفوس	١
٦	دراسة طبائع الأمم وحقائق السياسة	١
٧	التواجد بميدان الأحداث	١

بدراسة الجدول السابق يتضح الآتى:

١ - إن توحيد كلمة المسلمين يأتى فى المقام الأول بالنسبة لمسئوليات قائدة الرأى.

٢ - إن مكان قادة الرأى ليس وراء الصفوف وإنما فى المقدمة.. فهم قادة وعليهم أن يتولوا مهام قيادة حركة المقاومة وسلوك المسالك الوعرة والتضحية بأنفسهم وذلك حتى يرتقوا بأممهم ويحققوا لها أهدافها.

والتنظيم الذى عليهم الانضمام إليه قائم وموجود وقد أشارت إليه صحيفة العروة الوثقى فى أربع مواضع وهو جمعية العروة الوثقى وما على قادة الرأى إلا أن يسارعوا إلى الإنضمام إليه والعمل من خلاله.

٣ - ويأتى فى نفس الأهمية بالنسبة لقادة الرأى العمل على تصحيح العقائد الدينية سواء بتعليم الجهلاء أو بالأمر المعروف والنهى عن المنكر ومقاومة البدع والخرافات.

٤ - يلى يذلك مقاومة فساد الحكم.

٥ - ويتساوى بعد ذلك فى الأهمية بالنسبة لقادة الرأى:

أ - العمل على إشاعة الأمل فى النفوس.

ب - دراسة طبائع الأمم وحقائق السياسة حتى لا يصبحون فى معزل عما حولهم وعما يجرى من أمور.

٣ - العمل على التواجد بأماكن الأحداث التى لها تأثير على مستقبلهم فهم أقدر على تغطيتها من غيرهم وذلك إذا كان عملهم يتطلب ذلك كالصحفيين مثلا.

سابعا: العروة الوثقى والصحف الأخرى

حينما ظهرت العروة الوثقى كان العالم الإسلامى فى حاجة إلى جريدة تساير عصرها وتغوص فى أعماقه وتضع يدها على مكامن قوته وضعفه وترشده إلى الطريق المستقيم الذى يصله بوحدته ويقيله من كبوته وتخلفه ويرتفع به إلى مصاف الأمم الكبرى التى تحمى حدودها وتزود عنها أطماع الطامعين... دون أن تراعى فى كل ما تقدمه من مادة سوى صالح جماهيرها وأوطانها.

وقد استطاعت العروة الوثقى أن تنافح عن هذا كله وأن ترشد وتوجه وتقاتل دون أن تخرج قيد أنملة عما ارتسمته لنفسها منذ البداية من أهداف ورغم أنها لم يقدر لها البقاء طويلا إذ صدر العدد الأول منها فـى ١١ مارس سنة ١٨٨٤ والعدد الثامن عشر والأخير فى ١٧ أكتوبر من السنة نفسها فقد استطاعت أن تصبح أول صحيفة إسلامية عالميـة تطبع فى بـاريس وتوزع فى كل مـن مصر وسوريا والجـزيرة العربيـة والعراق وتركيا وإيـران وأفغانستان والهنـد كما كانت تنقـل عنها الصحف الأوربيـة الكبرى، ولذا فقد واجهت هذه الصحيفة حربا شعواء منذ اليوم الأول لصدورها، بل وقبل أن تصدر يقوم جمال الدين:

«عزمنـا على إنشاء جـريدتنا هـذه فعلم بذلـك بعض محررى الجـرائد الفرنـسية فكتبوا عـنها قبل صدورها غير مـتبينين لمشربها ولا كاشـفين عن حقيقة مسيـرها فلما وقف على الخبر محرروا الجرائد الإنجليزية المـهمة أخذتهم الحدة واحتدمت فيهم نار الحمية وأنذروا حكومتهم بما تؤثر هذه الجريـدة فى سياسة الانجليز ونفوذ ما فى البلاد الشرقية ولجوا فى إغرائها بها وألحوا عليها أن تعد كل وسيلة لمنع الجريدة من الدخول إلى البـلاد الهندية والـبلاد المصرية بـل تطرفوا فنصـحوها أن تلزم الـدولة العثمـانية بالحجر عليها، كل هذا كان منهم قـبل صدور أول عدد من جريدتنا وقبل أن يقف ولا واحد منهـم على مذهبهـا السياسى ومع أن هـذه الجريدة لم تنشـأ لإثارة الخواطر ولا لإيقاظ الفتن وإنما نشأت لـلمدافعة عن حقوق الشرقيين عمومـا والمسلمين خصوصـا وتنبيه أفكار بعض الغافلين منهم لما فيه خيرهم، ولقد صدرت سالكة جادة الاعتدال ذاهبة مذاهب الاستقامة والعدل كما يظهر لكل من أطلع عليها»(٧٣).

وقد تراوح موقف الصحف الأخرى منها فبينـما نجد بعض الصحف مثل صحيفة «أخبار دار السلطنة» التى تطبع فى كلكتا وجـريدة «مشير قيصر» التى تطبع فى لكهنو تهتـم بترجمة مـقالاتها من الـعربية إلى الهـندية ونشرهـا، فقد قامت صـحف أخرى بمهاجمـتها ومهاجمـة أية صحيفة تقـوم بترديد أفكارهـا كصحيفة «أوده أخـبار» التى تطبع فى لكـهنو بالهند التى هاجمت صـحيفة أميرتا بازار برتركا» عـندما تحدثت عن سوء معاملة الإنجليز للـهندين وأنه ليـس من حق حكومة الـهند الانجليزيـة أن ترجو

مساعدة رعاياها لها عند وقوع حرب بينها وبين الروس ولا أن ترجو مساعدة العساكر الهندية ويعلق على ذلك جمال الدين فى العروة الوثقى بقوله: «كان على الهندين خصوصا أرباب المعارف منهم أن يؤيدوا القائل فى قوله أو يحمدوا له سعيه أو يتركوه وشأنه لعل يستتبع ذلك خيراً كثيراً أو قليلا لأوطانهم وأبناء أمتهم، ولكن وآسفاه، بدل هذا يلتوى صاحب جريدة أوده أخبار ويجور عن جادة(٧٤) الصواب فى تقريع الجريدة البنغالية وتعنيفها ثم يطلب من الحكومة الإنجليزية أن تمحو حرية الجرائد من بلاد بنغالة».

أما الانجليز فكان لهم من صحيفة العروة الوثقى موقف آخر فقد ألزموا مجلس الوزراء المصرى بإصدار قرار يمنع هذه الصحيفة من دخول الأقطار المصرية «وان كل من توجد عنده العروة الوثقى يغرم مبلغا من خمسة جنيهات إلى خمسة وعشرين جنيها ـ وهى غرامة جسيمة ربما دعا إليها عسر المالية المصرية ببركة تصرف الانجليز فى مصر ـ ... هذه جريدة قامت بالدفاع عن المصريين والاستنجاد لهم ولها سعى بل كل السعى لخيبة آمال أعدائهم ولا ترى من مشربها مدح عمرو ولا قدح زيد فإن المقصد أعلى وأرفع من هذا وإنما عملها سكب مياه النصح على لهب الضغائن لتتلاقى قلوب الشرقيين عموما على الصفاء والوداد وتلتمس من أبناء الأمم الشرقية أن يلقوا سلاح التنازع بينهم ويأخذوا حذرهم وأسلحتهم لدفع الضوارى التى فغرت أفواهها لالتهامهم... ولا نريد أن نقول للانجليز أنهم ظلموا فى الحكم فإن الجريدة لم يوجد فيها للآن ما يزيد على ما تنشره الجرائد الوطنية والأجنبية»(٧٥).

وإذا كان إغلاق هذه المجلة هى رغبة الإنجليز فقد كانت رغبة نوبار باشا رئيس الوزراء المصرى آنذاك ذلك أنها وصفت «بعض الرجال الوطنين مثل رياض باشا وشريف باشا بالوطنية وعلو الهمة وكمال الغيرة»(٧٦). الأمر الذى أثار نوبار ذلك أنه كان يعد العدة لعزل توفيق وأن يصبح هو ولى القاصر عباس بعد خلع أبيه فينال بسطة فى السلطة وإطلاقا فى الأمر والنهى، والإكثار من ذكر الوطن والوطنين يحرك الخواطر الوطنية فيندفع منها سيل يهدم كل ما يبنيه»(٧٧).

وكانت العقوبات التى فرضها الإنجليز على كل من توجد عنده العروة الوثقى سببا فى خوف المصريين وامتناعهم عن استلام أعداد المجلة الأمر الذى أثار جمال الدين وجعله يقول:

«إننا نأسف غاية الأسف مما بلغنا من بعض المصريين من أنهم يمتنعون عن استلام ما يرسل بأسمائهم من أعداد هذه الجريدة خوفا ورهبة مع أنهم أحق الناس بالإقدام على أمور عظام فى هذه الأوقات، فإن الآمال فى خلاصهم قوية والوسائل إليه قريبه فكيف يصل ببعضهم الخوف إلى الإمتناع عن إسلام جريدة هم أولى بها من غيرهم إذ أهم ما فيها الدفاع عنهم»(٧٨).

وعلى أية حال فإن جمال الدين لم يستسلم لكل هذا العنت فقد دافع عن الحكومة المصرية فى منعها العروة الوثقى من دخول القطر المصرى بقوله «إن أية حكومة شرقية لا تسمح لها غيرتها بمنع جريدة لا شىء فيها سوى الدفاع عن الشرقيين وإنما منشؤه حكومة إنجلترا وشأنها معلوم عند كل عارف(٧٩) بأحوالها». وأعلن أنه لن يستسلم فإننا «لا يعجز بث أفكارنا فى البلاد الشرقية سواء كان بهذه الجريدة أو بأية وسيلة أخرى إذا دعا الحال فإن أنصار الحق كثيرون»(٨٠).

مراجع الفصل الثالث

(١) لنكولن دافيد كيسلى، كيائن تشايلز هيرن: الإرشاد الزراعى ـ ترجمة محمد المعلم ص ٦٠.

(٢) لنكولن دافيد كيسلى، كائن ص ٦٠.

(٣) د. محمد البهى: الفكر الإسلامى الحديث وصلته بالاستعمار الغربى ص ٩٨.

(٤) عبدالرحمن الرافعى: جمال الدين الأفغانى ـ سلسلة أعلام العرب رقم (٦١) دار الكاتب العربى ص ٤٨.

(٥) مرجع سابق: ص ٤٩.

(٦) عبد البديع صقر: كيف ندعو الناس ـ ط٨ ـ القاهرة ـ مكتبة وهبه ـ ١٩٨٠ ـ ص ٢٧.

(٧) عبدالرحمن الرافعى: مرجع سابق ص ٦٤.

(٨) سورة الصافات آية ١١٧.

(٩) ادوارد بيرنيز وآخرون: العلاقات العامة فن ـ ترجمة حسنى خليفة ووديع فلسطين ص ٣٥ ـ ٣٦.

(١٠) العروة الوثقى: ص ٢٨ ـ ٢٩.

(١١) العروة الوثقى: ص ٢٣٦.

(١٢) Berlo, The process of Communication (1963) PP. 28 - 70.

(١٣) د. على فؤاد أحمد: علم الاجتماع الريفى ص ٢٧ ـ ٣١.

(١٤) افريت روجرز: الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر ـ ترجمة سامى ناشد ـ القاهرة ـ عالم الكتب ص ٢٩٦ ـ ٢٩٧.

(١٥) Berlo, (1963) Op. Cit, P. 96.

(١٦) د. خليل صابات: الإعلان تاريخ أسس قواعده أخلاقياته الأنجلو المصرية الطبعة الأولى ١٩٦٩ ص ١٢٣.

(١٧) عبدالرحمن الرافعى: مرجع سابق ص ٥.

(١٨) عبدالرحمن الرافعى: مرجع سابق ص ٦.

(١٩) العروة الوثقى: ص ٢٦.

(٢٠) د. محمد البهى: مرجع سابق ص ١٠٠.

(٢١) د. محمود عودة: أساليب الانصال والتغيير الاجتماعى ـ دار المعارف ـ القاهرة ١٩٧١ ـ ص ١٠٧.

(٢٢) د. محمود عودة: أساليب الانصال والتغيير الاجتماعى ـ دار المعارف ـ القاهرة ١٩٧١ ـ ص ١٠٨.

(٢٣) د. صلاح الدين جوهر: إدارة المؤسسات الاجتماعية، أسسها ومفاهيمها ص ١٥٩.

(٢٤) د. جيهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي ـ القاهرة ـ الطبعة الثانية ص ١٤٥.

(٢٥) العروة الوثقى ص ١٨٠.

(٢٦) العروة الوثقى ص ٣٦٩.

(٢٧) عبدالرحمن الرافعي: مرجع سابق ص ١٤٦.

(٢٨) د. جيهان رشتي: مرجع سابق ص ١٤٥.

(٢٩) عبدالرحمن الرافعي: مرجع سابق ص ١٤٨ ـ ١٤٩.

(٣٠) د. جيهان رشتي: مرجع سابق ص ١٤٦.

(٣١) د. جيهان رشتي: مرجع سابق ص ٥٢٥.

(٣٢) عبدالرحمن الرافعي: مرجع سابق ص ١٥٢.

(٣٣) د. جيهان رشتي: مرجع سابق ص ١٤٦.

(٣٤) د. جيهان رشتي: مرجع سابق ص ١٤٦.

(٣٥) د. جيهان رشتي: مرجع سابق ص ١٤٦.

(٣٦) للمروة الوثقى: ص ٢١.

(٣٧) عبدالبديع صقر: مرجع سابق ص ٣٨.

(٣٨) المروة الوثقى: ص ٤٦.

(٣٩) عبدالرحمن الرافعي: مرجع سابق ص ١٥١.

(٤٠) عبد الرحمن الرافعي: مرجع سابق ص ١٥٢.

(٤١) عبدالرحمن الرافعي: مرجع سابق ص ١٤٤.

(٤٢) د. إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير ـ الأنجلو المصرية ـ القاهرة ١٩٧٥ ـ ص ٤٢٠ ـ ٤٢١.

(٤٣) العروة الوثقى ص ١٣.

(٤٤) العروة الوثقى ص ٢١.

(٤٥) د. جيهان رشتي: مرجع سابق ص ١٤٨.

(٤٦) بالعروة الوثقى ص ٥٦.

(٤٧) Berlo (1963) Op. Cit. p. 69.

(٤٨) د. عبداللطيف حمزة: المدخل إلى فني التحرير الصحفي ص ٩٥.

(٤٩) د. عبد اللطيف حمزة: مرجع سابق ص ٩٤.

(٥٠) العروة الوثقى: ص ٥٦.

(٥١) د. عبداللطيف حمزة: مرجع سابق ص ٩٦.

(٥٢) د. محمد البهي: مرجع سابق «ص ٩٨.

(٥٣) د. جيهان رشتي: مرجع سابق ص ٣٦١ ـ ٣٦٥.
(٥٤) أفريت روجرز: مرجع سابق ص ٢٦٠.
(٥٥) العروة الوثقى: ص ٧٤.
(٥٦) العروة الوثقى: ص ١٠٤.
(٥٧) العروة الوثقى: ص ١٠٦.
(٥٨) العروة الوثقى: ص ١١٣.
(٥٩) العروة الوثقى: ص ١١٩.
(٦٠) العروة الوثقى: ص ١٢٦.
(٦١) العروة الوثقى: ص ١٣٥.
(٦٢) العروة الوثقى: ص ١٤٦.
(٦٣) العروة الوثقى: ص ١١٥.
(٦٤) العروة الوثقى: ص ١٦٠.
(٦٥) العروة الوثقى: ص ١٧٤.
(٦٦) العروة الوثقى: ص ٣٢٧.
(٦٧) العروة الوثقى: ص ٣٥٣.
(٦٨) العروة الوثقى: ص ٣٥٤.
(٦٩) العروة الوثقى: ص ٩٨.
(٧٠) العروة الوثقى: ص ١٢٧.
(٧١) العروة الوثقى: ص ١٢٨.
(٧٢) العروة الوثقى: ص ١٣٥.
(٧٣) العروة الوثقى: ص ٧٩.
(٧٤) العروة الوثقى: ص ٣٧٦.
(٧٥) العروة الوثقى: ص ٣٢١.
(٧٦) العروة الوثقى: ص ٤١٨.
(٧٧) العروة الوثقى: ص ٤١٩.
(٧٨) العروة الوثقى: ص ٣١١.
(٧٩) العروة الوثقى: ص٣٢٢.
(٨٠) العروة الوثقى: ص ٣٦٩.

الفصل الرابع
مقومات نجاح الصحافة الإسلامية

على الـرغم من المسئولية الخطيـرة الملقاة عـلى عاتق الصـحافة في هذه المـرحلة الدقيقة من تاريخ الأمة الإسلامية.

وعلى الرغم من الدراسـات القليلة النادرة التى تعرضت لتـقييم الدور الإسلامى للصـحافة إلا أنه يـمكن القـول أن هذا الدور، لم تـتضح معـالمه بعد، سـواء بالنسـبة للصـحف العامة، أو المتخصصـة ، ولذلك ، فلم تـستثمر هـذه الصحف الـصحوة الدينية لدى شـبابنا إستثمارا سليما، ولـم توجه الاستعداد الدينى الكبيـر لديهم نحو الفكر الدينى السلـيم الذى يحفظهم من البلبلة، ويخرج بـهم من دائرة الفراغ الدينى ويحصنهم بالتـالى ضد أفكار تبدوفى ظاهرها من الدين وهى فى الحـقيقة ليست من الدين فى شئ.

وبهذا الإهمال ساهمـت وسائل الأعلام وعلى رأسها الصحافة فـى ظهور مشكلة جديدة فرضت نفسها علينا منذ عام ١٩٦٨م وهى مشكلة « الفراغ الدينى».

وحتى نقـضى على هذه المشكـلة وبالتالى على مـوجات العنف والتطـرف الدينى التى أخـذت تظهر علـى سطح المجتـمع المصرى بدءا بـجماعات التـكفير والـهجرة وإنتهاء بالجماعات الإسلامية، فإن الصحافةالمصرية يجب أن ترتفع إلى مستوى الفهم الحقيقى لوظيفة الدين فى المجتمع.

ومن خلال دراستنا للعروةالوثقى وللمقومات التى ساعدت على نجاحها وجعلت منها أول صحفية إسلامية توزع على مستوى عالمى ، نستطيع أن تقدم المقومات الآتية باعتبارها عوامل أساسيه لضمان نجاح الصحافة الأسلامية وهى:

١ ـ وضوح الأهداف الإسلامية التى يعمل القائمون بالاتصال على تحقيقها.

٢ ـ أن يكونوا من الهادفين إلى نشر الوعى الدينى والثقاة الإسلامية.

٣ ـ ألا تقف إتجاهاتهم السابقة حجر عثرة فى سبيل نشر هذا الوعى.

٤ ـ أن يكونوا على علم كاف بما ينقلونه من أفكار.

٥ ـ أن يكونوا مقتنعين أصلاً بها ولديهم قدر كبير من الثقة بالنفس وأفكار الذات.

٦ ـ أن يكونوا على علم كاف بجماهيرهم من حيث جوانبهم النفسية والتاريخية والإجتماعية والإقتصادية.

٧ ـ ألا يكونوا من حيث المكانة الإجتماعية بعيدين عن مستوى معيشة وإدراك الجماهير.

٨ ـ ألا يكونوا ذوى شخصيات تقليدية جامدة وأن يتمتعوا بشخصيات دينامية لديها القدرة على التقمص الوجدانى.

٩ ـ أن يكونوا على علم بأهداف الجمهور من تحقيق عملية الإتصال.

١٠ ـ أن يحرصوا على إستخدام لغة يفهمها الجمهور.

١١ ـ أن يضعوا فى اعتبارهم عند تقديم المادة الإعلامية قيم الجمهور وآراءه السابقة.

١٢ ـ أن يضعوا فى اعتبارهم مدى معرفة الجمهور بالموضوع المقدم له، وأن يقدم بطريقه يمكن للمستقبل فهمها واستيعابها.

١٣ ـ أن ينمو لدى جماهيرهم الثقة بالنفس وإنكار الذات.

١٤ ـ أن ينمو لديهم القدرة على التقمص الوجدانى والشخصية الدينامية.

١٥ ـ أن يجعلوا جماهيرهم على علم كاف بظروفهم التاريخية والإقتصادية والإجتماعية والثقافيةوالنفسية حتى يكونوا على علم بما يجب عليهم أن يقوموا به من مهام وإقناع كامل بمايقدم لهم ويخدم أهدافهم.

١٦ ـ أن يكونوا على علم كامل بخصائص الرسائل الإعلامية المختلفة حتى

يحسنوا إختيار الوسائل المناسبة وفقا لظروف الجمهور وطبيعة الموضوع ومقدرتهم الأتصالية.

١٧ ـ أن يستخدموا بفاعلية إمكانيات الوسيلة التى يستخدمونها لتقديم مايهم الجمهور من مادة.

١٨ ـ أن تتوافر لديهم المقدرة على تحديد أهمية المادة الإعلامية وفقا لمايخدم مصالح الجماهير، وذلك حتى يحددوا درجة الأهمية التى تعطى لها سواء من حيث المساحة أو المواقع أو أسلوب الإخراج المناسب.

١٩ ـ أن يحرصوا على أن تتوافر للرسالة الإعلامية كافة العوامل التى تساعد على نجاحها.

٢٠ ـ أن يحرصوا على أنْ يتعرفوا على مدى تأثير وسائلهم على الجمهور حتى يتمكنوا من تلافى أوجه القصور أو التشويش الذى قد يحدث أثناء عملية الأتصال ويؤثر على درجة الإستجابة.

تم بحمد الله

المراجع

أولا : مجموعة اعداد العروة الوثقى:

ثانيا : المراجع العربية والمترجمة:

- د. إبراهيم إمام : ..الإعلام والاتصال بالجماهير.. الإنجلو المصرية.. القاهرة.١٩٧٥.
- أدوارد بيرنيز وآخرون: .. العلاقات العامة فن .. ترجمة حسنى خليفة وديع فلسطين .. القاهرة .. دار المعارف ١٩٦٧.
- افريت روجرز : الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر .. ترجمة سامى ناشد القاهرة عالم الكتب.
- د. خليل صابات . الإعلان : تاريخه أسسه قواعده أخلاقياته.. الإنجلو المصرية.. الطبعة الأولى .. ١٩٦٩.
- د. صلاح الدين جوهر: إدارة المؤسسات الإجتماعية أسسها ومفاهيمها.
- عبد البديع صقر: .. كيف تدعو الناس .. ط ٨ .. القاهرة .. مكتبة وهبه .. ١٩٨٠.
- عبد الرحمن الرافعى : .. جمال الدين الأفغانى .. سلسلة أعلام العرب رقم(٦١) دارالكاتب العربى.
- د. على فؤاد أحمد: .. علم الاجتماع الريفى.
- لنكون دافيد كيسلى ، كانن هيرن :.. الإرشاد الزراعى . ترجمة محمد المعلم.. مكتبة النهضة المصرية .. القاهرة .. ط ٢ .. ١٩٦٣.
- د. محمداليهى : .. الفكر الإسلامى الحديث وصلته بالإستعمار الغربى مكتبة وهبه.. القاهرة ط ٢ .. ١٩٧٥.
- د. محمود عودة : .. أساليب الاتصال والتغير الإجتماعى .. دار المعارف .. القاهرة .. ١٩٧١.

ثالثا: المراجع الأجنبية:

- Berlo, David, K. The Process of Communication, An Introdaction to Theory and Practice, 1963.
- Schramm, Wilbur, Information Teory and Mass Communication, Journalism Qurterly Spring 1955.

هذا الكتاب

إذا كان لوسائل الإعلام الفضل الأكبر في هيمنة الثقافة الأمريكية من خلال الأفلام والتليفزيون والكتب ومدن الملاهي ومن خلال المحتوي الإخباري لوسائل الإعلام العالمية . وإذا كانت عولمة الأنشطة الإعلامية تمثل أهم تطور إعلامي في العقدين الأخريين من القرن العشرين . فإن صحوة الإعلام الإسلامي التي واكبت نفس الفترة تعد أهم تطور إيجابي لاستيعاب العولمة الثقافية والإعلامية ومعايشتها والخروج منها إلي الريادة والأمان .

وما نحتاجه فقط هو تضافر جهود العلماء والمفكرين لاستكشاف المبادئ الأساسية للإعلام الإسلامي واستخلاص نظرياته وتحديد أفضل الأساليب لتطبيقاته العملية . ففي إطار المبادئ العامة والنظرية الإعلامية الإسلامية نحتاج أكثر من أي وقت مضى إلي تضافر الجهود لتفسير القرآن الكريم إعلامياً وللتفسير الإعلامي للحديث النبوي الشريف وللسيرة النبوية المطهرة .

والآن أمام الحملات العدائية التي تقوم بها وسائل الإعلام الغربية منذ أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام ألفين وواحد بالولايات المتحدة الأمريكية ، وأمام السموم التي تبثها هذه الوسائل ضد العرب والمسلمين تتزايد الأعباء علي عاتق الإعلام المصري والعربي لمواجهة هذه الافتراءات ولتوضيح الصورة الصحيحة للإسلام . وتتزايد من ثم الحاجة للإعلام الإسلامي كإطار حاكم ومميز للممارسات الإعلامية .

والله ولي التوفيق ،،،

الناشر

عبد الحي أحمد فؤاد

إصدارات الدار في الصحافة والإعلام

* الإعلام السياحي — د.محمد منير حجاب
* أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية — د.محمد منير حجاب
* مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة — د.محمد منير حجاب
* الدعاية السياسية وتطبيقاتها — د.محمد منير حجاب
* أساسيات الرأي العام — د. محمد منير حجاب
* الإعلام والتنمية الشاملة — د. محمد منير حجاب
* المحتوى الثقافي والتربوي للأفلام السينمائي — د. محمد منير حجاب
* التفسير الإعلامي لصحيح البخاري — د. محمد منير حجاب
* الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية — د. محمد منير حجاب
* المداخل الأساسية للعلاقات العامة (المدخل الاتصالي) — د. سمير وهبي - منير حجاب
* المداخل الأساسية للعلاقات العامة (المدخل العام) — د. سمير وهبي - منير حجاب
* الصحفي المتخصص — د.إسماعيل إبراهيم
* فن المقال الصحفي الأسس النظرية والتطبيقات العملية — د.إسماعيل إبراهيم
* فن التحرير الصحفي — د.إسماعيل إبراهيم
* بحوث في الاتصال — د. سمير محمد وهبي
* بحوث جامعية في الإعلام
* الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف
* الصحافة المدرسية
* الوجيز في مناهج البحوث السياسية والإعلامية
* البرامج الثقافية في الراديو والتليفزيون
* الدراما في الإذاعة والتليفزيون

Bibliotheca Alexandrina
0351154

دار الفجر للنشر والتوزيع
4 شارع هاشم الأشقر ـ النزهة الجديدة ـ القاهرة
تليفون 2944119 فاكس 2944094

To: www.al-mostafa.com